

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC

MÉMOIRE PRÉSENTÉ À  
L'UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES

COMME EXIGENCE PARTIELLE DE LA  
MAÎTRISE EN THÉOLOGIE

PAR  
JACINTHE LAFRANCE

LE TRAITEMENT DU RELIGIEUX DANS  
LES MAGAZINES GRAND PUBLIC AU QUÉBEC

UNE ANNÉE D'OBSERVATION DANS *L'ACTUALITÉ*, *CHÂTELAIN* ET *LE BEL ÂGE*

SEPTEMBRE 2005

Université du Québec à Trois-Rivières

Service de la bibliothèque

Avertissement

L'auteur de ce mémoire ou de cette thèse a autorisé l'Université du Québec à Trois-Rivières à diffuser, à des fins non lucratives, une copie de son mémoire ou de sa thèse.

Cette diffusion n'entraîne pas une renonciation de la part de l'auteur à ses droits de propriété intellectuelle, incluant le droit d'auteur, sur ce mémoire ou cette thèse. Notamment, la reproduction ou la publication de la totalité ou d'une partie importante de ce mémoire ou de cette thèse requiert son autorisation.

## REMERCIEMENTS

Ce travail de recherche arrive à terme grâce au soutien généreux de nombreuses personnes et institutions, solidaires de ma quête d'une certaine vérité, moteur de mon parcours. Arrivée à une étape charnière de celui-ci avec la finalisation de ce mémoire, je tiens à remercier ces personnes sans qui le projet n'aurait pu voir le jour.

En premier lieu, le diocèse de Nicolet, mon employeur dont l'humanité s'incarne au quotidien en les personnes de André Genest, coordonnateur de la pastorale, et de Mgr Raymond St-Gelais, évêque. Avec leur soutien marqué par des horaires flexibles et une aide à la formation, j'ai pu réaliser les études préalables et la recherche qui permettent aujourd'hui de jeter un nouveau regard sur le traitement du religieux dans les médias grand public. Sans interférence aucune à l'égard des objectifs poursuivis, leur soutien a été indéfectible.

Je remercie également les professeurs du Département de Théologie de l'Université du Québec à Trois-Rivières, de qui j'ai appris toute la richesse des questionnements qui se posent au sujet des relations d'éternité entre l'être humain et l'Ultime. Avec leur ouverture et l'enthousiasme du partage de leurs savoirs, j'ai pu porter des questions qui n'étaient pas toujours de leur premier domaine d'intérêt mais auxquelles ils et elles ont su communier avec générosité. Une marque de reconnaissance particulière va à Robert Mager, mon directeur de recherche, dont les lumières m'ont permis de transformer ma curiosité appliquée de praticienne des communications en questionnements théorisés poursuivis dans le cadre d'une recherche scientifique. Le secondant, mon codirecteur, Gilles Pronovost du Département des sciences du loisir et de la communication, a su me diriger vers des outils pertinents pour le traitement des données qui ont servi de base à cette recherche, située aux confins des domaines de la théologie, de la sociologie et des communications.

Finalement, je dois toute ma reconnaissance à ma famille: celle qui, de longue date, a encouragé la satisfaction de ma curiosité par la recherche et la documentation ainsi que celle qui a suppléé aux absences nécessaires et soutenu avec confiance ma démarche. À ma mère, Madeleine, pour les heures de gardiennage alors que j'étais aux études en même temps que chef de famille; à ma fille, Viviane, pour avoir grandi en patientant pour ma disponibilité, pendant toutes ces années d'étude et de recherche; à mon conjoint, Luc, sans oublier sa fille Moïra, pour avoir eu l'audace d'entrer dans cette aventure familiale en sachant ce qu'allait représenter l'investissement de nombreux samedis et jours de vacances au profit de ce projet. À vous quatre ainsi qu'aux autres nommés précédemment : merci du fond du cœur!

## RÉSUMÉ

Le projet de cette recherche est né au fil d'un parcours professionnel où, comme journaliste d'abord, puis comme responsable des communications au service de l'Église catholique, je me suis intéressée au traitement qu'on faisait du religieux dans les médias grand public. Pourquoi certains sujets retenaient-ils l'attention des médias plus que d'autres? Comment privilégiait-on un angle plutôt qu'un autre? À quelles retombées pouvait-on s'attendre dans le grand public lorsqu'un sujet religieux faisait la manchette? À l'affût de tout ce qui pouvait éclairer ces questions, j'ai constaté que certaines idées courantes méritaient d'être confrontées : on affirmait volontiers dans les milieux catholiques que les questions religieuses n'intéressaient pas les médias. On a aussi répété que ceux-ci faisaient leurs choux gras des scandales et des controverses dans l'Église, délaissant toute expérience positive de la foi vécue. Plusieurs ont souligné combien il était difficile pour les institutions traditionnelles de passer la rampe des médias, alors que les courants spirituels nouveaux ou en résurgence y trouvaient davantage de sympathie. J'ai voulu aller voir plus loin.

La travail qui suit présente donc un portrait exhaustif de tous les articles qui ont abordé le religieux défini au sens large, en 2002, dans trois des magazines grand public les plus lus au Québec : *L'actualité*, *Châtelaine* et *Le Bel âge*. Leur sélection s'est effectuée sans aucune distinction concernant la dénomination religieuse, allant jusqu'à certaines expressions de la « dimension de la profondeur », selon l'expression de Paul Tillich. Ces textes ont été observés et analysés avec à l'esprit les phénomènes complexes qui sont à l'œuvre au sein du trio *médias, société et religieux*. Parmi les principales questions qui ont retenu mon attention, mentionnons celle concernant les mécanismes qui régiraient les choix éditoriaux, dans les magazines grand public, lorsqu'il s'agit de traiter du religieux. Aussi, j'ai cherché à comprendre comment les médias et ce qu'ils donnent à voir du religieux participent à la construction sociale de la réalité, dans le Québec contemporain.

La démonstration détaillée des faits observés et les nombreux exemples de traitement du religieux dans les magazines ainsi que leur analyse qualitative et quantitative ouvrent sur un essai de compréhension de ces phénomènes. Pour en arriver à des conclusions soutenues, j'ai eu recours aux principales approches d'analyse de contenu en théorie des communications ainsi qu'aux travaux disponibles en sociologie qui s'attardent aux liens entre la société, les religions, les médias et l'opinion publique. Les conclusions démontrent que le religieux est bel et bien présent dans l'espace public auquel participent les médias. La représentation qui en est faite varie selon le sujet abordé et le média qui en traite. Cependant, les éléments les plus déterminants à cet égard ont trait à la présence ou à l'absence d'une dimension de la profondeur quant au sujet traité et, selon l'hypothèse vers laquelle nous tendons, à l'expérience personnelle du religieux vécue par les responsables du contenu des médias en cause. Je vous présente donc le fruit de cette réflexion qui est aussi alimentée par une connaissance approfondie du fonctionnement des médias et des communications telles qu'elles sont mises en œuvre dans l'Église catholique, au Québec, aujourd'hui.



## TABLE DES MATIÈRES

<b>INTRODUCTION .....</b>	<b>1</b>
OBSERVATIONS COURANTES ET RECHERCHE .....	3
LE CONTEXTE MÉDIATIQUE .....	6
L'OBJECTIF GÉNÉRAL .....	9
 <b>CHAPITRE 1</b>	
<b>CADRE D'ANALYSE ET MÉTHODOLOGIE .....</b>	<b>10</b>
1. DU RELIGIEUX À LA PROFONDEUR .....	10
1.1. L'enjeu de la sécularisation face au retour du spirituel	
1.2. Le spirituel et le religieux : une terminologie en question	
1.3. Typologie des critères intégrateurs	
2. LES MAGAZINES GRAND PUBLIC EN OBSERVATION .....	16
2.1. La composition d'un système médiatique	
2.2. Le choix du corpus	
2.3. La période de publication	
3. UNE APPROCHE COMPRÉHENSIVE DU RELIGIEUX DANS LES MÉDIAS GRAND PUBLIC .....	19
 <b>CHAPITRE 2</b>	
<b>LA PRÉSENCE DU RELIGIEUX OBSERVÉE ET COMPARÉE .....</b>	<b>23</b>
1. LA PRÉSENCE DU RELIGIEUX SOUS L'ANGLE DE LA QUANTITÉ .....	23
1.1. La fréquence et la répartition des articles traitant du religieux	
1.2. La longueur des textes traitant du religieux	
2. LA PRÉSENCE DU RELIGIEUX SOUS L'ANGLE DE LA QUALITÉ .....	28
2.1. L'importance relative du religieux dans les magazines	
2.2. La valeur de représentation du religieux dans les magazines	
3. VUE D'ENSEMBLE SUR LA PRÉSENCE DU RELIGIEUX OBSERVÉE ET COMPARÉE .....	39
 <b>CHAPITRE 3</b>	
<b>LA PRÉSENCE DU RELIGIEUX SOUS L'ANGLE DES SUJETS TRAITÉS .....</b>	<b>42</b>
1. LES CATÉGORIES COMPLEXES : <i>L'EXPRESSION DE L'EXPÉRIENCE</i> RELIGIEUSE ET LA DIMENSION DE LA PROFONDEUR .....	43
1.1. Articles traitant de l'expression de l'expérience religieuse	
1.2. Articles traitant de la dimension de la profondeur	
2. LES CATÉGORIES SIMPLES QUI SONT <i>SUJET</i> OU <i>OBJET</i> DE LA RELIGION .....	57
2.1. Articles traitant d'une « communauté culturelle »	
2.2. Articles traitant d'une « personne comme être sacré »	
2.3. Articles traitant d'une « puissance sacrée »	
2.4. Articles traitant d'un « milieu sacré » ou d'un « élément dit spirituel chez l'être »	
3. VUE D'ENSEMBLE SUR LA PRÉSENCE DU RELIGIEUX SOUS L'ANGLE DES SUJETS TRAITÉS .....	80

**CHAPITRE 4**

<b>LES PHÉNOMÈNES OBSERVÉS DANS LES MAGAZINES : UN SENS À DONNER?</b>	82
1. Regard sur les principales tendances observées : essai de compréhension	82
2. La sécularisation face au retour du spirituel dans les magazines	97
<b>CONCLUSION</b>	103
L'individu, agent constitutif de la société	104
Les magazines grand public baromètres de la culture	105
Lecteurs, lectorats et opinion publique	107
La société québécoise du XXI <sup>e</sup> siècle	108
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	110

**INDEX DES TABLEAUX**

Tableau I :	Répartition des articles par magazine	24
Tableau II :	Les articles par magazine en fonction du format (longueur) de chaque article	VI
Tableau III :	Les articles par magazine en fonction de l'importance du religieux dans chaque article	VII
Tableau IV :	Les articles par magazine en fonction de la valeur du religieux dans chaque article	VIII
Tableau V :	Les articles où le religieux occupe une importance prépondérante en fonction de la valeur de représentation accordée au religieux	IX
Tableau VI :	Les articles où le religieux occupe une importance prépondérante ou sous-jacente en fonction de la valeur de représentation accordée au religieux	X
Tableau VII :	L'importance relative du religieux en fonction de la longueur des textes	XI
Tableau VIII :	Valeur de la représentation du religieux en fonction de la présence d'une dimension de la profondeur et/ou d'une expression de l'expérience religieuse	XII
Tableau IX :	Valeur de représentation du religieux en fonction de la présence d'une expression de l'expérience religieuse	XIII
Tableau X :	Répartition des communautés culturelles en fonction de la présence d'une dimension de la profondeur ou d'une expression de l'expérience religieuse	XIV
Tableau XI :	Valeur de représentation du religieux en fonction de la présence d'une communauté culturelle	XV

## INTRODUCTION

Le traitement des sujets spirituels et religieux dans les médias grand public<sup>1</sup> est un phénomène peu étudié. Cela est particulièrement marqué dans le contexte spécifique de la presse – écrite ou électronique – au Québec. Les travaux consultés à cet égard consistent surtout en des essais ou des réflexions théoriques s'intéressant à l'articulation *foi et communication* ou *religion et médias*. De façon générale, ces réflexions concernent, soit la culture médiatique omniprésente dont il faut tenir compte dans les pratiques pastorales, soit la responsabilité éthique des médias au sein de la société, soit l'usage des moyens de communication dans la transmission de la foi. La majorité des ouvrages sont d'origine européenne. Et pratiquement toutes les sources consultées étudient l'une de ces articulations du point de vue ecclésial ou, à tout le moins, de l'instance religieuse concernée.

L'absence d'analyse autour d'un sujet donné ne justifie cependant pas qu'on y consacre les travaux d'une recherche. Si le traitement du religieux dans les magazines grand public au Québec nous intéresse, c'est bien parce qu'il y a là des enjeux pour la communauté scientifique qui établit progressivement des liens entre les domaines *médias, religion et société*. Les questions sur lesquelles nous nous pencherons dans les chapitres suivants abordent des sujets importants en théologie tout comme en sociologie. Bien sûr, nous ne pourrons les étudier que dans un cadre restreint étant donné les limites de la recherche actuelle. Ce qui n'empêche toutefois pas d'envisager le portrait général dans lequel nous nous situons.

Ainsi, on peut se demander : dans le Québec actuel, quelle place les médias occupent-ils parmi les acteurs qui entrent en jeu dans la construction sociale de la réalité? À cet égard, Peter Berger et Thomas Luckmann soutiennent que « la compréhension sociologique de la "réalité" et de la "connaissance" se situe quelque part

---

<sup>1</sup> Le terme *médias* sera appliqué aux entreprises de presse généralistes, par opposition aux publications ou productions spécialisées en matière spirituelle et religieuse. Quant à la catégorie *grand public*, elle est comprise selon la définition du *Dictionnaire des médias* publié par la maison Larousse en 1998 comme désignant « l'audience d'un média quelconque, dès lors que celle-ci, potentielle ou effective, est dispersée, diverse et étendue », p. 111.

à mi-chemin entre celle de l'homme de la rue et celle du philosophe<sup>2</sup> ». Partant de là, il convient donc d'aller voir ce que les médias grand public présentent comme contenu traitant du religieux<sup>3</sup> destiné à monsieur-et-madame-tout-le-monde. Ce qui nous sera donné d'observer pourrait en outre nous éclairer sur le rôle et la portée des magazines, en tant que possibles acteurs de la construction sociale de la réalité.

Si l'on estime que les médias ont pris le relais de l'Église et de l'école dans la transmission et le développement de la culture<sup>4</sup>, il est à propos de se demander s'ils s'intéressent au religieux. Comment s'acquittent-ils de la représentation de la réalité religieuse et spirituelle contemporaine? On connaît la critique habituelle voulant que la presse soit allergique ou, au mieux, indifférente aux questions religieuses et qu'en conséquence, elle n'en traite qu'en cas de scandale ou de controverse. Avant d'affirmer cela d'emblée, la moindre des précautions consiste à aller vérifier ce qu'il en est, dans les faits, de la présence ou de l'absence du religieux dans les médias qui participent à la transmission culturelle. Non seulement la présence quantitative du religieux nous intéressera, mais aussi la qualité de cette présence. Parce que les médias ont un impact culturel important, et que parmi ceux-ci les magazines ne sont pas les moindres, cette observation de première main aura le mérite de situer une certaine partie de la représentation du religieux dans la culture actuelle. Une culture qu'on aura pris soin de définir, notamment dans ses caractéristiques relatives à la sécularisation.

D'ailleurs, la question de la place du religieux dans une société sécularisée est aussi un enjeu de la recherche actuelle. La sécularisation d'une société implique-t-elle que le religieux disparaisse en tant que donnée du réel de cette société? Est-il possible d'envisager les rapports entre médias, société et religion autrement que selon le paradigme de « guerre des cultures » qu'on leur applique généralement? Alors que depuis longtemps, en Occident, la majorité des médias se sont affranchis du contrôle

---

<sup>2</sup> Peter BERGER et Thomas LUCKMANN, *La construction sociale de la réalité*, Paris, Masson/Armand Colin, (1966) 1996, p. 8.

<sup>3</sup> Tout au long de cette recherche, le substantif *religieux* sera employé au sens large, intégrant autant les expressions des « religions concrètes » que la « dimension de la profondeur » développée notamment par Paul TILLICH, *La dimension oubliée*, Paris, Desclée De Brouwer, 1969. Voir chapitre 1, section 1, intitulée *Du religieux à la profondeur*.

<sup>4</sup> Marc RABOY et Geneviève GRIMARD (coll.), *Les médias québécois. Presse, radio, télévision, inforoute*, 2<sup>e</sup> éd., Montréal, Gaëtan Morin éditeur, (1997) 2000, p. 234.

des institutions religieuses, et que celles-ci ne sont plus les acteurs sociaux de premier plan qu'elles ont été, nombre d'observateurs acquiescent à l'idée d'un naturel rapport d'opposition institutionnelle entre les univers médiatiques et religieux. Dans son étude sur la religion et la culture populaire – dont les médias sont parties prenantes – Judith Buddenbaum remet en cause la vision dualiste des choses qui sous-tend le concept de « guerre des cultures », un concept développé au cours des décennies 1980 et 1990 pour décrire la réaction religieuse à l'endroit des moyens de communication populaire<sup>5</sup>. La présente recherche accepte les fondements de cette remise en question qui nous conduit à l'observation effective des interactions entre médias, culture, religion et société.

Cette recherche n'a pas l'ambition d'apporter une réponse complète et définitive à toutes ces grandes questions. Mais, en demeurant habitée par celles-ci, nous pourrions lever le voile sur une petite partie de l'implication des magazines dans la construction sociale de la réalité en matière spirituelle et religieuse au Québec. Nous espérons que les résultats qui en découleront pourront intéresser les responsables des médias – ceux des magazines en particulier –, les observateurs des phénomènes religieux ou médiatiques dans la société québécoise (théologiens, sociologues et autres), les groupes d'intérêt religieux ainsi que les clientèles de ces différents intervenants (étudiants des facultés concernées, membres des Églises ou de mouvements religieux, lecteurs et annonceurs des magazines).

En substance, ce n'est pas la simple absence d'étude en la matière qui nous pousse à conduire cette recherche, mais bien la présence d'enjeux significatifs pour la société dans l'expression publique de son expérience contemporaine du religieux.

## **OBSERVATIONS COURANTES ET RECHERCHE**

Le terrain des analyses du fait religieux dans les médias n'est pas vierge, loin de là. Nous avons d'ailleurs pris connaissance de plusieurs études existantes dont, pour n'en nommer que quelques-unes, celle de Guy Marchessault qui traite de la connaissance des médias comme d'une voie de conciliation entre ceux-ci et l'univers de

---

<sup>5</sup> Judith M. BUDDENBAUM, « Beyond Culture Wars. An introduction to the study of Religion and Popular Culture », dans : Daniel A. Stout et Judith M. Buddenbaum (dir.), *Religion and Popular Culture. Studies on the Interaction of Worldviews*, Ames, Iowa State University Press, 2001, p. 3-15.

la foi chrétienne<sup>6</sup>; celle de Roland J. Campiche qui, analysant le cas de l'Ordre du Temple Solaire, observe que la mise en scène du religieux par les médias échappe au contrôle des institutions<sup>7</sup>; celle, également, de Pierre Babin qui réfléchit aux différentes possibilités d'appropriation des moyens de communication dans la pratique pastorale<sup>8</sup>. Ces études, toutes très valables, présentent une caractéristique commune : elles situent l'essentiel de leur objet d'analyse dans l'articulation entre les acteurs de l'univers religieux et ceux de l'univers médiatique. La présente recherche propose une articulation différente : celle qui se joue entre les médias en tant que producteurs de contenu et leurs lecteurs qui sont, somme toute, les agents de la société actuelle. Quel portrait du religieux est donné à voir aux Québécois aujourd'hui, dans les médias? Quel *réel religieux* est susceptible de se construire socialement sur la base de ce portrait?

En effet, plusieurs observations faites *a priori* nous portent à croire que l'opinion généralement répandue sur la présence – ou sur l'absence – de sujets spirituels et religieux dans les médias grand public, ainsi que sur leur traitement, mérite d'être confrontée dans une analyse sérieuse à ce moment-ci. À défaut, nous continuons de nous complaire dans une vague impression générale, alimentée d'anecdotes et soutenue par une sorte de discours ambiant voulant que, dans la société québécoise, le religieux ait été relégué à la sphère privée depuis ce qu'on a appelé la *Révolution tranquille*. Résultat : la conviction que le religieux est peu ou mal représenté dans les médias est une opinion fort répandue tout en demeurant peu documentée, comme nous l'avons dit. Par exemple, on verra certains groupes d'intérêt religieux affirmer d'emblée le mauvais traitement que leur infligent généralement les médias. Ce point de vue est illustré dans un document de l'Union catholique internationale de la presse (UCIP) adopté en 1998 :

Les insatisfactions expriment des constats ou sentiments d'insuffisances soit quantitatives, soit qualitatives, soit les deux à la fois. Quantitatives par sous-évaluation de l'importance des religions dans l'actualité et/ou de leur

---

<sup>6</sup> Guy MARCHESSAULT, *Médias et foi chrétienne, deux univers à concilier*, Montréal, Fides, 2002, 183 p.

<sup>7</sup> Roland J. CAMPICHE, « Le traitement du religieux dans les médias » : *Études théologiques et religieuses*, 72/2 (1997), p. 267-279.

<sup>8</sup> Pierre BABIN et M. IANNONE (collab.), *L'ère de la communication. Réflexion chrétienne*, Paris, Éditions du Centurion, 1986, 225 p.

intérêt pour les lecteurs. Qualitatives par faute de discernement ou de crédibilité dans la sélection et le traitement des nouvelles<sup>9</sup>.

Ces « constats ou sentiments » qui concernent ici spécifiquement l'information religieuse rejoint un débat beaucoup plus vaste en Occident. Il s'agit du débat opposant la *sécularisation de la société*, affirmée par plusieurs, au *retour en force du spirituel*, soutenu par nombre de sociologues et de théologiens. On peut noter, à titre d'exemple, le revirement de position du sociologue américain Peter L. Berger qui soutenait, en 2001, s'être trompé avec tous les autres tenants de la théorie de la sécularisation dans le passé : « Certes, la modernisation engendre certaines formes de sécularisation [...]; mais elle produit aussi de puissants mouvements de contre-sécularisation. En outre, la sécularisation de la société n'est pas liée nécessairement à celle des consciences<sup>10</sup> ». Il faudra bien sûr préciser ce que nous entendons dans l'expression de ces concepts de sécularisation et de retour du spirituel, ce que nous ferons au début du chapitre définissant le cadre d'analyse.

D'après l'UCIP, il est clair que l'information religieuse n'obtient pas la juste place qu'elle devrait occuper dans les médias et cela, affirme son Conseil, est exprimé aussi bien par les lecteurs que par les instances religieuses et par les journalistes<sup>11</sup>. Pour faire contrepoids à ces doléances, nous prendrons à témoin un autre observateur de la présence du religieux dans les médias, le prêtre Jean-Guy Dubuc, éditorialiste pour le groupe Gesca, ayant fait carrière dans la presse écrite au Québec. Dans un de ses écrits diffusés par l'Office des communications sociales<sup>12</sup>, Jean-Guy Dubuc rapportait ce qui suit :

---

<sup>9</sup> CONSEIL DE L'UNION CATHOLIQUE INTERNATIONALE POUR LA PRESSE [document], *La religion dans les médias : un défi professionnel*, Luxembourg, 23 mars 1998, par. 14, consulté à l'adresse [www.officecom.qc.ca/Documentation/eglise/luxembourg.html](http://www.officecom.qc.ca/Documentation/eglise/luxembourg.html).

<sup>10</sup> Peter L. BERGER (dir.), *Le réenchantement du monde*, Paris, Bayard, 2001, p. 15.

<sup>11</sup> CONSEIL DE L'UNION CATHOLIQUE INTERNATIONALE POUR LA PRESSE [document], *op. cit.*

<sup>12</sup> L'Office des communications sociales est aujourd'hui connue sous le nom de Communications et société ou OCS. Il s'agit d'un organisme catholique autonome, sans but lucratif, voué à la promotion de la qualité et de l'éthique dans les médias.

Il y a quelques années, je donnais un cours au niveau universitaire sur les mass médias et les valeurs spirituelles. Dès le départ, je demandais aux étudiants de faire le bilan, dans les journaux quotidiens à leur disposition, des sujets à dimension spirituelle qu'on y traiterait durant la semaine. La semaine suivante, chacun arrive avec ses coupures d'articles : deux ou trois courts textes, souvent les mêmes, qui traitent d'un voyage du pape, d'un scandale dans un collège, ou d'une possibilité de canonisation éventuelle. [...] Alors, j'employais tous les autres cours à leur faire découvrir l'évangile dans les médias [...]. Car on en parlait, abondamment. Avec cette nouvelle et immense différence qu'on ne parlait plus de religion mais de valeurs, moins d'institution que de spirituel, peu de l'Église mais souvent de l'esprit même du Christ<sup>13</sup>.

Nous voyons dès lors que, selon le point de vue de l'observateur et la définition que l'on accorde aux termes *spirituel* et *religieux*, nous pouvons interpréter leur traitement dans les médias comme allant dans le sens soit de la sécularisation, soit du retour du spirituel. Il y a là un enjeu théologique et sociologique qu'il nous apparaît important d'éclairer.

Nous avons donc élaboré ce projet de recherche avec le souci affirmé d'obtenir un portrait aussi objectif que possible – qualitatif et quantitatif – de la représentation du religieux au sens large, dans les magazines. Sur ce portrait pourra reposer une analyse des faits référant aux théories des communications pertinentes ainsi qu'aux courants actuels de la théologie et de la sociologie des religions. C'est pourquoi ce projet de recherche s'est organisé en deux temps : 1) la cueillette, l'organisation et l'analyse des contenus qui permettent la reconnaissance de la situation réelle; 2) la recherche d'un sens à cet état de fait et, si possible, la compréhension de ce qui motive les choix éditoriaux des responsables d'entreprises de presse en cette matière.

## LE CONTEXTE MÉDIATIQUE

Devant l'objectif visé, la nécessité de choisir un certain groupe de médias à observer est apparue. Pour ce faire, la notion de *système médiatique* développée par Jean-Michel Saillant a servi à dégager les contours d'un échantillonnage qui a le potentiel de participer globalement à la même fonction. L'auteur définit en effet ce système comme :

---

<sup>13</sup> Jean-Guy DUBUC, « Après la religion, un peu de spirituel... », diffusé par l'Office des communications sociales, dans : *Un message à porter*, Montréal, n° 6, 5 décembre 1991.



[...] un *appareil* complexe d'éléments coordonnés, organisés, considérés dans leurs relations avec l'homme et l'environnement, dans des pratiques tendant à obtenir des dispositions dotées d'un mode de fonctionnement spécifique et l'optimisation de leurs fins de conception, de création, de distribution, de diffusion de transmission, de réception d'information<sup>14</sup>.

Le système médiatique qui s'est imposé à notre recherche est celui des magazines grand public au Québec, et ce, pour diverses raisons. Après avoir d'abord fureté dans le vaste univers des médias d'information classiques (journaux quotidiens, bulletins d'information télé, émissions d'affaires publiques radio), il nous est apparu assez clairement qu'un champ d'observation collant mieux à nos préoccupations se trouvait ailleurs, c'est-à-dire dans la salle d'attente du médecin et dans celle du dentiste. Le magazine devait nous offrir une matière de premier intérêt pour observer la tendance actuelle dans le traitement des sujets spirituels et religieux. Même si ce choix comporte nécessairement certaines limites en ce sens qu'il ne nous donne accès qu'à une infime portion de ce qui est traité dans les médias, nous verrons ici quelques-unes des raisons qui le justifient.

Dans la 2<sup>e</sup> édition de son ouvrage *Les médias québécois*, Marc Raboy rapporte que le nombre d'exemplaires de magazines grand public en circulation, mensuellement, au Québec, s'établit à plus de 16 millions<sup>15</sup>. Le même auteur souligne l'essor remarquable de ce type de produit médiatique en l'espace d'une dizaine d'années<sup>16</sup>. Comparativement, l'évolution du marché des quotidiens au Québec a connu une légère diminution de ses ventes moyennes entre 1991 et 1998, portant à un peu plus d'un million la moyenne pondérée du nombre d'exemplaires en circulation chaque jour<sup>17</sup>. En dépit de cette baisse, l'auteur soutient que le quotidien demeure le média écrit dont l'influence sociale est la plus forte.

---

<sup>14</sup> Jean-Michel SAILLANT, *Comprendre la dimension médiatique. Comment analyser les médias?*, Paris, Ellipses, 1996, chap. V, p. 60-79.

<sup>15</sup> Données pour l'année 1996. RABOY et GRIMARD, *op. cit.*, p. 6.

<sup>16</sup> *Ibid.*, p. 13.

<sup>17</sup> *Ibid.*, p. 8.

La décision de faire porter notre attention sur les magazines grand public plutôt que sur les médias d'information classiques n'est donc pas d'abord motivée par une question de diffusion. Elle s'est plutôt imposée en raison de la nature et de la fonction du média. Il est évident que les médias d'information classiques ont pour premier objectif l'actualité, pour peu qu'ils respectent leur mandat premier d'information. Par conséquent, leur contenu est étroitement lié à l'événementiel. Les analyses d'impact, les tendances sociales, la profondeur des événements, les valeurs qui sous-tendent l'événement y occupent naturellement peu de place. Dans l'état actuel de la pratique en information, nous pouvons facilement comprendre que les médias d'information classiques n'abordent les questions religieuses qu'en cas d'événements controversés, scandaleux, à forte portée politique ou socio-culturelle (projets de loi à caractère moral, mouvements terroristes religieux, fêtes religieuses, rassemblements importants,...), ce qu'illustre plus haut le texte de Jean-Guy Dubuc.

Le magazine, pour sa part, tout en se taillant une excellente place parmi les différentes sources de contenu, demeure moins tributaire de l'événement du jour, notamment par le fait de sa périodicité. De plus, parce qu'il se situe quelque part entre l'information et le divertissement, ce type de publication jouit d'un plus vaste champ de choix éditoriaux. On verra donc aisément les magazines aborder des sujets qui comportent un caractère personnel tout en étant de puissants indicateurs culturels et sociaux, comme la santé, la sexualité, la psychologie, l'éducation et – pourquoi pas? – la spiritualité. Le magazine tel qu'on le connaît comporte aussi un reflet assumé des tendances actuelles en matière de culture et de société. À titre de « publication destinée aux consommateurs<sup>18</sup> », le magazine se spécialise souvent dans l'expression de tout ce qui est *branché*, *tendance*, ou encore, *en émergence*, sans doute dans le but de « se constituer des lectorats culturellement réceptifs et commercialement promouvables auprès des annonceurs<sup>19</sup> ». Nous verrons plus en détail, à la section 2 du premier chapitre, traitant du cadre d'analyse, comment le choix des magazines en observation

---

<sup>18</sup> L'appellation recouvre les magazines grand public par distinction avec les périodiques spécialisés s'adressant aux milieux industriels et des affaires, selon RABOY et GRIMARD, *op. cit.*, p. 6.

<sup>19</sup> J.-P. MARHUENDA, Art. « Publics et usages. 2. Lectorats », dans : Lucien Sfez (dir.), *Dictionnaire critique de la communication*, Tome 1, Paris, Presses universitaires de France, 1993, p. 1040.

dans cette recherche s'est constitué en tant que système médiatique, ainsi que les particularités de leur lectorat.

### **L'OBJECTIF GÉNÉRAL**

Cette recherche devrait nous permettre de mieux comprendre comment se comportent les magazines grand public du Québec lorsqu'il s'agit de traiter du religieux dans leur contenu rédactionnel. Nous espérons arriver, à l'issue de cette démarche, à mieux saisir les critères qui entrent en jeu dans les choix éditoriaux de ces entreprises de presse face à ces sujets. Il s'agit donc de porter un regard scientifique sur un phénomène qui appartient en propre au champ des communications, mais dont les implications sont importantes pour celui de la théologie pratique.

On peut déjà penser qu'on trouvera un intérêt à la compréhension de cette dynamique liant la représentation sociale du religieux aux pratiques d'entreprises de presse séculières, notamment pour l'éclairage des modes d'intervention dans le domaine des communications sociales. On se gardera cependant de mettre de l'avant une perspective utilitaire des médias par un groupe d'intérêt religieux en particulier. Ce qui nous intéresse réside fondamentalement dans les pratiques éditoriales en ce qui concerne le religieux et leurs répercussions sur la réalité socialement construite, au Québec.

# CHAPITRE 1

## CADRE D'ANALYSE ET MÉTHODOLOGIE

### 1. DU RELIGIEUX À LA PROFONDEUR

#### 1.1 L'enjeu de la sécularisation face au retour du spirituel

De tous les horizons des sciences humaines, le même constat est formulé à peu de détail près : l'expression du religieux en Occident est en profonde transformation. La mort de Dieu a depuis longtemps été annoncée, de même qu'un 21<sup>e</sup> siècle forcément spirituel. Pour autant qu'on puisse l'observer, les manifestations sociologiques du religieux traditionnel qui se vérifiaient encore de façon quasi uniforme, il y a à peine quarante ans, ne sont plus que des vestiges accidentels dans certaines cultures.

Un autre paysage est en train de se profiler, et la mouvance actuelle ne permet pas d'anticiper avec certitude comment la dimension religieuse des hommes et des femmes continuera de s'exprimer dans nos sociétés – si elle s'y trouve encore manifestée – dans les années à venir. On a parlé de sécularisation, de « désenchantement du monde », puis de « réenchantement ». L'une des interprétations répandues du phénomène en cours y voit cependant un déclin des structures religieuses traditionnelles au profit d'une montée du spirituel.

Dans le contexte des nombreuses questions débattues en ce domaine, Marchessault rappelle que, depuis les années 1990, la sociologie s'intéresse particulièrement à l'impact des médias et de la culture médiatique sur les attitudes religieuses. Un réseau mondial de chercheurs en ce domaine, réunis à l'Université du Colorado en 1996, mobilisent ses énergies autour de quelques hypothèses majeures et celle qui nous intéresse particulièrement s'énonce comme suit : « Les spectateurs ou lecteurs, à partir de leur expérience médiatique, construisent des mondes ontologiques de signification<sup>1</sup> ». Se pose alors la question de l'influence des médias sur les attitudes religieuses des gens, et toute une série d'autres questions qui en découlent, énoncées par Marchessault dans son ouvrage, ont très précisément le champ de recherche que nous explorons. C'est donc sur cette base scientifique que la présente démarche repose.

---

<sup>1</sup> Guy MARCHESSAULT, *Médias et foi chrétienne, deux univers à concilier*, p. 78-80.

Devant cet enjeu, et au moment de procéder à une recension des magazines grand public d'intérêt général afin d'y étudier le traitement du religieux, il convient de poser l'hypothèse suivante : les sujets comportant une dimension religieuse ou spirituelle devraient *normalement* se trouver représentés dans le contenu rédactionnel des magazines, au même titre que les autres sujets comportant un intérêt humain faisant partie du « réel socialement construit ». Il nous appartient de vérifier si tel est le cas et de nous interroger sur les causes de la situation que nous observerons, surtout s'il s'avère que les choses se présentent autrement.

## 1.2 Le spirituel et le religieux : une terminologie en question

Les intentions de cette recherche étaient claires dès le départ : nous voulions d'abord cerner d'une façon très large ce qui, dans le contenu des magazines observés, comporte une dimension spirituelle ou religieuse pour ensuite en dégager un sens. Il fallait donc procéder à une définition acceptable des concepts *spirituel* et *religieux*, applicable à la culture contemporaine et au pluralisme religieux. Nous ne sommes pas sans savoir que ces termes sont largement disputés aujourd'hui et que leur distinction fait l'objet d'un important débat<sup>2</sup>. La perspective propre à la présente recherche incite à mettre provisoirement cette distinction entre parenthèses; c'est en effet *le réel* religieux, sa présence dans les médias dans ses manifestations les plus diversifiées, qui nous parlera de la réalité socialement construite en cette matière. C'est pourquoi nous ne souhaitons en exclure ni en minimiser quelque expression que ce soit au préalable, mais plutôt les inclure aussi globalement et largement que possible pour les définir précisément et individuellement ensuite. Nous avons donc cherché, pour la définition des termes, non pas à établir les différences entre le spirituel et le religieux, mais à trouver des critères intégrateurs de ces deux données afin de les observer comme une seule et même dimension de la vie humaine, malgré leurs expressions différenciées. Ces critères allaient servir de grille de lecture lors de la recension du corpus de recherche, les articles de magazines.

En étudiant les diverses définitions qui appartiennent au champ spécifique de la théologie catholique, nous comprenons que celles-ci ne conviennent pas à une

---

<sup>2</sup> On pense notamment au récent ouvrage de Richard BERGERON, *Renaître à la spiritualité*, Montréal, Fides, 2002, 279 p., ainsi qu'au texte de Raymond LEMIEUX, « Misère de la religion, grandeur du spirituel », que l'on peut consulter à l'adresse suivante : [http://misraim3.free.fr/divers/misere\\_de\\_la\\_religion.pdf](http://misraim3.free.fr/divers/misere_de_la_religion.pdf)

recherche qui se situe dans un cadre de pluralisme religieux. Nous observons, par exemple, que le *Nouveau dictionnaire de théologie* assimile pratiquement la notion de spiritualité à celle de piété<sup>3</sup>, alors que nous en recherchons une expression beaucoup plus large. Nous avons trouvé des pistes satisfaisantes au carrefour de divers champs et des recherches multidisciplinaires où s'entrecroisent la psychologie, la sociologie, l'anthropologie et la théologie.

Oser et Gmünder nous offrent une de ces pistes avec leur théorie du développement psycho-religieux de la personne concevant la structure de la pensée religieuse comme « structure mère<sup>4</sup> », d'après l'expression de Piaget. Ceux-ci nous renvoient au réputé théologien protestant du XX<sup>e</sup> siècle, Paul Tillich, qui identifie cette notion à une « dimension de la profondeur » :

Être religieux signifie s'interroger passionnément sur le sens de notre vie et être ouvert aux réponses, même si elles nous ébranlent en profondeur. Une telle conception fait de la religion quelque chose d'universellement humain, encore qu'elle s'écarte de ce qu'on entend ordinairement par religion<sup>5</sup>.

Ce point de vue est sans aucun doute contestable et ne manquera pas de recevoir la critique tant des croyants que des athées<sup>6</sup>, en ce qu'il attribue une appellation généralement associée à la théologie religieuse à une réalité relevant en apparence de l'humanisme séculier. Mais l'auteur anticipe la critique de ceux qui « croient que leur aspiration la plus profonde ne trouve pas son expression dans les religions connues ». Il y répond en distinguant ce qui, pour lui, représente la notion même de religion « en tant que vie en profondeur », différente des religions concrètes « dont les symboles et les dispositions expriment l'aspiration religieuse de l'homme<sup>7</sup> ».

---

<sup>3</sup> Josef SUDBRACK, « Spiritualité/Piété », dans : Peter EICHER (dir.) *Nouveau dictionnaire de théologie*, Paris, Les Éditions du Cerf, (1988) 1996, p. 733-738.

<sup>4</sup> Fritz OSER, Paul GMÜNDER et Louis RIDEZ, *L'homme, son développement religieux*, [Sciences humaines et religions], Paris, Les Éditions du Cerf, (1988) 1991, p. 81-87.

<sup>5</sup> Paul TILLICH, « *La dimension oubliée* », Paris, Desclée De Brouwer, 1969, p. 49.

<sup>6</sup> C'est ce que suggère l'auteur de la préface, Jean ONIMUS, dans P. Tillich, *op. cit.*, p. 12.

<sup>7</sup> Paul TILLICH, *op. cit.*, p. 50.

Bien que le sens donné au terme *religion* par Paul Tillich puisse nous paraître aujourd'hui relativement étiré, il n'en demeure pas moins qu'il correspond à ce que nous cherchons à saisir en tant que sujet traité dans les médias grand public. Nous proposons en effet d'analyser le traitement que font les magazines de cette dimension intrinsèque à l'être humain, qui s'exprime tantôt en des rites et des symboles institués ou en appartenance religieuse, tantôt en termes de quête spirituelle, de sens de la vie, de valeurs profondes, d'aspiration ultime ou de cheminement intérieur.

Dans un ouvrage paru en 2001, le sociologue Peter L. Berger exprime *grosso modo* la même idée que Tillich le faisait une quarantaine d'années plus tôt, mais dans une perspective anthropologique. Il observe que :

L'élan religieux, la quête de sens qui transcende en ce monde l'espace restreint de l'existence empirique ont été des données permanentes de l'humanité [...]. Faire disparaître le besoin de Dieu exigerait un bouleversement qui ressemblerait à une mutation de l'espèce<sup>8</sup>.

C'est avec ce point de vue sur la dimension spirituelle et religieuse au cœur de l'être humain que cette recherche a été entreprise. Le spirituel et le religieux étant ainsi posés comme *des données permanentes de l'humanité*, nous chercherons à saisir comment et pourquoi la représentation qui en est faite dans les médias grand public au Québec se constitue telle que nous serons en mesure de l'observer.

La définition que nous cherchons comporte cependant un autre pan qui reste à établir. Car si nous avons pu trouver chez certains auteurs une voie d'acception de *religieux* qui vise son sens profond, il existe encore une expression du religieux à couvrir : celle que Tillich identifiait plus tôt aux « religions concrètes ». Il en va dans un sens comme dans l'autre : si l'on ne peut prétendre que le spirituel se limite à l'expression religieuse, on ne peut non plus avancer que tout ce qui comporte une dimension religieuse soit de nature spirituelle ou, si l'on préfère, de l'ordre « de la profondeur ». Il arrive en effet que certains événements ou faits ayant une connotation religieuse soient relativement superficiels – ou présentés comme tels – étant tantôt liés au patrimoine culturel, tantôt à un mouvement politique d'appartenance confessionnelle, tantôt à une personne qui occupe socialement une fonction religieuse. Il fallait donc

---

<sup>8</sup> Peter L. BERGER (dir.), *Le réenchantement du monde*, p. 30.

intégrer ceci et cela, la *dimension de la profondeur* et la *religion concrète* dans ses diverses manifestations. Sur ce point, nous avons pu bénéficier du soutien de la socio-anthropologie des religions, en important les éléments que Claude Rivière a inclus dans le champ particulier du religieux, en tant qu'*objet* de la religion, *sujet* de la religion et *expression de l'expérience religieuse*<sup>9</sup>.

### 1.3 Typologie des critères intégrateurs

La typologie finale des éléments qui devaient être retenus dans les articles comme ayant une valeur spirituelle ou religieuse pouvait donc être établie en faisant appel à ces données. Elle intègre la théorie de Oser et Gmünder sur le développement psycho-religieux de la personne, la définition du religieux comme dimension de la profondeur selon Tillich et, finalement, les éléments compris dans le champ particulier du religieux identifiés par Rivière. En somme, nous avons fait la recension du corpus de recherche en relevant, dans les articles, la présence des éléments suivants :

*Une personne comme être sacré, soit :*

- Prêtre, imam, rabbin,...
- Chef spirituel (pape, dalaï-lama, Oussama Ben Laden,...)
- Saint, martyr, héros
- Religieuse, religieux, personne consacrée
- Personnage biblique ou mythologique

*Une communauté cultuelle (ou l'appartenance à), soit :*

- Catholique
- Chrétienne (autre que catholique)
- Juive
- Musulmane
- De tradition orientale (bouddhiste, hindoue,...)
- Animiste ou traditionnelle
- Issue d'un nouveau mouvement religieux ou du Nouvel âge
- Croyante ou agnostique
- Athée

*Un élément dit spirituel chez l'être, soit :*

- L'âme
- L'aura
- Le don
- L'esprit
- L'intériorité ou la conscience

---

<sup>9</sup> Claude RIVIÈRE, *Socio-anthropologie des religions*, Paris, Armand Colin/Masson, 1997, p. 15-16.



*Une puissance sacrée, soit :*

- Dieu, Allah, Yahvé,...
- Christ, Jésus
- Une divinité orientale (Bouddha, Vishnu,...)
- Une institution religieuse (Église, Vatican, Islam,...)
- Une puissance traditionnelle (éléments, grands esprits, objets sacrés)
- Une valeur ultime (bien, beau, vérité,...)
- Le mal (Satan, démon,...)

*Un milieu sacré receleur de forces, soit :*

- Une église, une synagogue, une mosquée,...
- Un lieu physique, géographique (la Mecque, la Terre Sainte, une forêt sacrée,...)
- Le paradis
- L'enfer
- Un livre saint (Bible, Coran, Torah,...)

*Une expression de l'expérience religieuse<sup>10</sup>, soit :*

- Théorique (croyances, foi, mythes, doctrine,...)
- Pratique (cultes, rites, fêtes, actes magiques,...)
- Sociologique (type de liens sociaux au sein d'une communauté)
- Culturelle ou éthique (référence morale ou culturelle variable selon le contexte)
- Historique (une référence religieuse marquée dans l'Histoire)
- Politique (mouvement islamiste politique, guerre sainte, appareil religieux étatique, certaines théologies comme celle de la libération...)

*Une dimension de la profondeur s'articulant autour d'un axe particulier, soit :*

- Le sacré et le profane
- La transcendance et l'immanence
- La liberté et la dépendance
- Le sens (espérance) et l'absurdité
- La confiance et la peur
- La durée (l'éternité) et la précarité
- Toute autre dimension de la profondeur selon Tillich

Pour faire l'analyse des magazines recensés dans le cadre de cette recherche, ces critères ont permis de juger de la présence ou de l'absence du religieux dans le contenu de ces publications et de les identifier de façon précise. Il faut noter que les exemples entre parenthèses ne sont pas exhaustifs et que ces critères s'appliquent sans égard à une confession religieuse particulière ou à ses symboles propres.

Ayant ainsi énuméré tous les éléments qui seront considérés aux fins de la recherche dans les magazines, encore faut-il régler une question de vocabulaire. Tel

---

<sup>10</sup> La terminologie est celle de RIVIÈRE; nous l'avons conservée telle quelle bien que nous ayons pu la traduire par *expression du fait religieux*, celle-ci étant le plus souvent liée à la religion instituée; l'usage du terme *expérience* ne réfère pas ici à la définition généralement admise en théologie lorsqu'on l'associe, par exemple, à l'expérience spirituelle personnelle.

que nous l'avons vu, le spirituel n'est pas exclusivement du domaine religieux, ni les faits religieux nécessairement spirituels. Par souci d'alléger le texte, cependant, et parce que nous avons donné ici une définition très large et suffisamment exhaustive de l'objet de notre recherche, nous avons conservé le substantif *religieux* comme élément principal de terminologie et c'est celui qui est retenu dans le titre. Dans tous les cas, son usage sera compris en tant que religieux au sens large, c'est-à-dire intégrant les éléments relatifs à la spiritualité autant qu'aux « religions concrètes ». Selon le contexte, le substantif *spirituel* pourra parfois s'y substituer. Toutefois, l'usage de religieux comme adjectif sera généralement accompagné de l'adjectif spirituel afin d'en compléter le sens, pour autant que le contexte s'y prête.

## **2. LES MAGAZINES GRAND PUBLIC EN OBSERVATION**

### **2.1 La composition d'un système médiatique**

Afin d'étudier la représentation du religieux dans les magazines destinés au grand public québécois, il fallait en déterminer un échantillon. Nous cherchons en effet à saisir la représentation du religieux que véhiculent les magazines en tant que « système médiatique ». D'un point de vue de la sociologie, plusieurs faits nous portent à penser qu'il importe moins de vérifier ce qui est véhiculé dans tel magazine particulier, que de le vérifier pour tel système, bien que les distinctions entre publications pourront comporter un certain intérêt à l'analyse. D'abord, il est reconnu que la population touchée par la presse périodique recouvre une multiplicité de publics différenciés (d'autant que leurs intérêts et clientèles se morcellent de plus en plus) mais, selon Marhuenda, ces publics sont pour partie amplement redondants<sup>11</sup>. D'ailleurs, l'institut de recherche Print Measurement Bureau affirme que les Canadiens lisent six numéros de magazines chaque mois<sup>12</sup> ce qui implique que les représentations spécifiques de chacun se complètent les unes les autres, à l'intérieur du système médiatique. Dans l'analyse d'un

---

<sup>11</sup> J. -P. MARHUENDA, *art. cit.*, p. 1040.

<sup>12</sup> Cette information est publiée dans le Volume de Lectorat de PMB 2003 (page 73). Le nombre précis est de 6,0 numéros. Ce nombre varie, selon l'âge, de 4,4 numéros (chez les 65 ans et plus) à 6,7 numéros (chez les 18-24 ans).

système médiatique – qui peut intégrer un ou plusieurs médias – la primauté est en effet accordée à la fonction globale observée et non à l'instrument<sup>13</sup>.

Pour établir notre échantillon, nous avons donc utilisé les données sur le lectorat publiées en 2003 par l'institut Print Measurement Bureau (PMB)<sup>14</sup>. Nous les avons considérées pour leur fiabilité à mesurer la diffusion des magazines canadiens en termes de tirage et de lectorat, celui-ci étant disponible aussi par genre (lectorat féminin et lectorat masculin), de même qu'en nombre de lecteurs par exemplaire (LPE). Afin de prendre en compte des données de diffusion concentrées au Québec, nous n'avons retenu que les magazines publiés en français.

Nous avons croisé les cinq données du PMB énumérées plus haut (tirage, lectorat, LPE, homme, femme), afin de déterminer quels magazines destinés au public francophone canadien représentent le mieux la catégorie grand public, autant masculin que féminin. Pour ce faire, nous avons dû faire un choix entre des magazines ayant un plus grand tirage mais dont le lectorat est à forte prédominance féminine et d'autres, à plus faible tirage, dont le lectorat s'avère plus équilibré entre les deux sexes, pour obtenir une représentation plus générale. Nous avons aussi exclu d'office les magazines à très grand tirage dont l'intérêt plus spécialisé les rendait peu utiles à l'objet de la recherche (par exemple : *TV Hebdo*, *Primeurs* ou *Le Lundi*).

## 2.2 Le choix du corpus

Le choix du corpus s'est ainsi arrêté à trois magazines qui, ensemble, vont chercher un vaste lectorat dans la population canadienne francophone (12 ans et plus), que nous savons concentrée au Québec. Il s'agit d'abord du magazine *Châtelaine*, tirant en 2002 à 186 000 exemplaires, avec une moyenne de 6 LPE, représentant un lectorat estimé à 777 000 femmes et 331 000 hommes. Le second magazine retenu pour l'ampleur de sa diffusion est *L'actualité* avec un tirage de 190 000 exemplaires et 5,4 LPE, répartis en 535 000 lectrices et 499 000 lecteurs. Le troisième choix aurait pu

---

<sup>13</sup> Jean-Michel SAILLANT, *op. cit.*, p. 61.

<sup>14</sup> Les données sur le lectorat du PMB édition 2003 sont disponibles gratuitement sur l'Internet à l'adresse [www.pmb.ca](http://www.pmb.ca) dans la section des archives, et se trouvent ajoutées en annexe. Les magazines concernés ont aussi fourni des données sur leur lectorat s'appuyant parfois sur d'autres organismes de vérification. Les variantes observées sont mineures par rapport aux données retenues ici. Ces renseignements serviront cependant pour quelques précisions sur la composition du lectorat de chaque magazine.

se porter sur le magazine *Coup de pouce* ou sur *Clin d'œil*, si nous n'avions considéré que les données de diffusion (affichant respectivement un lectorat de 1 213 000 et de 861 000, à prédominance nettement féminine). Nous avons toutefois tenu compte du public cible visé et retenu le magazine *Le Bel âge*, du fait qu'il se distingue davantage de *Châtelaine* pour sa clientèle cible. *Le Bel âge* tire à 148 000 exemplaires, avec 5,6 LPE, pour un total estimé de 545 000 lectrices et 277 000 lecteurs. *Le Bel âge* est destiné à une clientèle préretraîtée ou retraitée de 50 ans et plus.

On observera que le lectorat féminin est davantage représenté par cet échantillon de magazines. Cela s'explique par le fait que, selon les mêmes données sur le lectorat au Canada, les hommes lisent environ 32 % moins de magazines publiés en langue française que les femmes. L'écart que comporte notre échantillon s'élève à environ 40 %. Par ailleurs, les hommes sont représentés comme lecteurs majoritaires de magazines spécialisés qui comportent peu d'intérêt pour l'enjeu de cette recherche, tels que *Les Affaires*, *Affaires Plus*, *Sentiers chasse-pêche* et *Touring*. La seule autre publication dont le nombre de lecteurs masculins dépasse le nombre des lectrices, et qui est pour sa part d'intérêt plus général, est le journal *Voir*. Il n'a pas été retenu en raison de son lectorat trop faible (325 000 de moins que *Le Bel âge*) et trop localisé, ce journal n'étant distribué que dans les grands centres de Montréal et de Québec pour la période étudiée.

### 2.3 La période de publication

Cette recherche s'est amorcée à l'automne 2003. Afin d'étudier une période suffisamment représentative de la réalité contemporaine à la recherche, nous avons arrêté notre observation à l'année de publication 2002. Tous les numéros des titres retenus, publiés entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 31 décembre 2002, ont donc été recensés. Ont été exclus du corpus de recherche le contenu publicitaire des magazines ainsi que les extraits de lettres ouvertes publiés dans les pages d'opinion des lecteurs. Dans les deux cas, le contenu diffusé ne relève pas d'un travail journalistique ou de décisions éditoriales et ne peut donc être étudié comme tel. Le supplément *Géographica* publié périodiquement avec le magazine *L'actualité* a aussi été exclu en raison de son contenu d'intérêt spécialisé en plein air et géographie. Il en a été de même pour la partie centrale détachable du magazine *Le Bel âge*, composée d'un roman feuilleton et d'autres éléments destinés au divertissement davantage qu'à l'information.

Au total, pour l'année de publication 2002, nous avons donc recensé 20 numéros de *L'actualité*, 12 numéros de *Châtelaine*, 11 numéros du *Bel âge*. Le volume total des pages publiées en 2002 par *L'actualité* est de 2 340 (sans encarts) pour une moyenne de 117 pages par numéro. Le pourcentage de contenu rédactionnel s'élève, pour *L'actualité*, à 57 % de l'espace. *Châtelaine* a publié, pour sa part, un volume de 2 106 pages, ce qui constitue une moyenne de 175 pages par numéro. Le pourcentage d'espace rédactionnel pour *Châtelaine* se situe à 48,3 %. Quant au magazine *Le Bel âge*, il réserve à la publicité environ 40 % de ses pages ce qui laisse 60 % au contenu rédactionnel. En 2002, ce magazine a publié un total de 1 514 pages pour une moyenne de 138 pages par numéro.

### 3. UNE APPROCHE COMPRÉHENSIVE DU RELIGIEUX DANS LES MÉDIAS GRAND PUBLIC

Cette observation des magazines grand public dans une recherche visant à comprendre le traitement du religieux qui s'y opère s'appuie sur une longue réflexion, nourrie de nombreuses lectures en des domaines pertinents. Celles-ci incluent des articles et ouvrages traitant des enjeux de la sécularisation et du pluralisme religieux, d'autres sur la participation des médias à l'univers culturel et social, certains sur l'articulation médias et foi, relevant tant des domaines de la théologie que des communications et de la sociologie<sup>15</sup>. L'élaboration d'une méthode d'observation des magazines qui réponde au questionnement que nous portons tient compte, bien entendu, de cette construction intellectuelle de notre objet d'étude<sup>16</sup>.

L'approche générale de cette recherche est donc compréhensive, en ce sens qu'elle vise en bout de ligne la compréhension d'un phénomène d'interrelations complexe entre des faits sociaux, humains et culturels<sup>17</sup>. Le phénomène que nous cherchons à comprendre ici concerne plus particulièrement le religieux dans la sphère publique, une certaine pratique professionnelle en communication et ses impacts sur la construction sociale de la réalité. Cette démarche implique l'usage d'une méthode de recherche qualitative appliquée au traitement du religieux dans les médias grand

---

<sup>15</sup> Références générales en bibliographie.

<sup>16</sup> J. LÉTOURNEAU, « Comment circonscrire un sujet de recherche », dans : *Le coffre à outil du chercheur débutant*, Toronto, Oxford University Press, 1989, p. 167.

<sup>17</sup> Alex MUCCHIELLI, Art. « Compréhensive (approche) », dans : *id.* (dir.), *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales*, Paris, Armand Colin, 1996, p. 29-33.

public<sup>18</sup>. Dans la réalisation de cette observation, nous aurons à faire usage de matériaux qui sont de nature quantitative, c'est-à-dire que nous ferons appel à certains portraits statistiques des données observées dans les magazines qui constituent le corpus. Il importe cependant de garder à l'esprit que les résultats statistiques obtenus dans le cadre de cette recherche ne constituent pas une fin en soi. Il s'agit plutôt d'un matériau systématisé qui sert à brosser un portrait objectif sur lequel pourront se fonder l'analyse et ses conclusions.

Nous avons vu plus haut comment s'étaient constitués les critères d'observation du religieux dans les magazines à partir de différentes théories préétablies<sup>19</sup>. Également, en regard de nos préoccupations concernant l'étude d'un système médiatique significatif dans la catégorie des médias grand public, il a été précisé comment le corpus de recherche avait été déterminé<sup>20</sup>. Voyons maintenant comment la méthode d'observation qualitative a été appliquée concrètement aux trois magazines retenus.

Tout d'abord, soulignons que nous avons fait une lecture *intégrale* de tous les numéros publiés par ces trois magazines en 2002, avec un premier objectif de repérage des articles pertinents. Cette lecture ne s'arrêtait pas qu'aux grands titres ni aux premiers paragraphes constituant l'amorce de l'article, notre analyse prenant effectivement en compte toutes les mentions du religieux dans le contenu des magazines. Pour atteindre les objectifs fixés, il fallait discriminer absolument tout le contenu rédactionnel. Simultanément, cette lecture nous permettait d'affiner la grille des critères d'observations grâce à un premier contact systématique avec les articles de ces magazines. Notons que les magazines *Le Bel âge* et *Châtelaine* ont été consultés dans leur version imprimée, disponible au rayon de la documentation de l'Université du Québec à Trois-Rivières, alors que le magazine *L'actualité* a dû être consulté dans sa version informatisée sur la base de données Eurêka.

Dès lors, des photocopies ou versions imprimées des articles retenus comme contenant au moins un de nos critères ont été colligées. Cette collection a ensuite fait

---

<sup>18</sup> J.-P. POURTOIS et H. DESMET, Art. « Épistémologie des méthodes qualitatives », dans : *ibid.*, p. 56-61.

<sup>19</sup> Voir Chapitre 1, section 1 Du religieux à la profondeur.

<sup>20</sup> Voir Chapitre 1, section 2 Les magazines grand public en observation.

l'objet d'une seconde lecture, annotée et codifiée, à partir de certains objectifs de classification. Pour chaque article, outre l'identification précise des passages contenant un ou plusieurs éléments du religieux, nous avons accordé une évaluation à l'ensemble du texte indiquant 1) l'importance relative du religieux dans l'article et 2) la valeur de représentation du religieux, tel que traité dans le texte.

Dans chaque cas, cette évaluation était faite sur une échelle de quatre choix possibles. Ainsi, concernant l'importance relative du religieux, elle a été évaluée comme *prépondérante*, *sous-jacente*, *secondaire* ou *anecdotique*. Quant à la valeur de représentation du religieux, elle a été jugée comme étant *neutre*, surtout *négative*, *positive et négative* (ou encore *nuancée*) ou surtout *positive*.

Ces deux étapes de *lecture repérage*, puis de *lecture annotation et codification* nous ont permis d'avoir en main un total de 326 articles commentés. Tous ces textes constituent l'ensemble des articles abordant le religieux sous un angle ou l'autre et publiés dans trois des principaux magazines grand public au Québec, en 2002.

Toutes les données recueillies au cours de cette lecture systématique ont ensuite fait l'objet d'un traitement dans un logiciel de traitement et d'analyse de données où chaque article est repris comme un sujet individuel. Cette opération allait servir à dresser un portrait statistique de nos observations qui serviront de matière à l'analyse compréhensive subséquente. Nous avons ainsi noté tous les éléments de référence tels que le titre de chaque article, son auteur, la date de sa publication et la page du début de l'article, la longueur du texte et le magazine qui le publie. La longueur du texte a été estimée sur une échelle de quatre choix possibles : capsule ou encadré (moins d'une page), une page, deux à quatre pages ou cinq pages et plus.

Puis, pour chaque titre, chaque élément de religieux trouvé dans l'article a été noté et identifié précisément<sup>21</sup>. Par exemple, en notant la présence d'une personne en tant qu'être sacré, il fallait ensuite indiquer de quel être sacré il s'agissait : un prêtre, une sainte, un personnage mythique ou biblique, etc. Dans quelques cas, la même catégorie de sujets religieux, présente à plusieurs reprises dans le même article, pouvait l'être sous différents aspects particuliers; nous avons alors identifié ces aspects comme « multiples ». Par exemple, qu'il soit question des communautés cultuelles juive et

---

<sup>21</sup> Voir Chapitre 1, sous-section 1.3 Typologie des critères intégrateurs.

musulmane dans un même article, on aura alors noté la présence de la catégorie « communauté culturelle » en l'identifiant comme « multiples ». Ont également été entrées l'évaluation de l'importance relative du religieux ainsi que celle de la valeur de représentation du religieux dans l'article en fonction de l'échelle décrite plus haut.

Toutes ces données ont servi à établir les différents tableaux en annexe ainsi que les observations statistiques qui sont présentées dans les deux chapitres suivants. Elles seront également des repères dans l'analyse et l'interprétation compréhensive qui s'ensuit. Dans cette démarche, nous aurons à confronter les tendances qui s'observent statistiquement à la connaissance des médias que nous avons développée, ainsi qu'aux diverses analyses crédibles qui s'opèrent à l'égard du religieux dans la culture actuelle. Les auteurs préalablement cités seront des appuis de premier plan. Et, au-delà du simple portrait statistique, le contenu textuel qui se révèle derrière la compilation des données permettra de vérifier la teneur des propos qui servent, pour les lecteurs, à construire « des mondes ontologiques de signification », participant ainsi au réel religieux socialement construit. De tout cela, nous tirerons l'objet d'une discussion qui constituera notre quatrième et dernier chapitre. C'est alors que nous tenterons au mieux de dégager un sens aux phénomènes qui façonnent le traitement du religieux dans les magazines grand public, au Québec.



## **CHAPITRE 2**

### **LA PRÉSENCE DU RELIGIEUX OBSERVÉE ET COMPARÉE**

L'observation des magazines que nous avons complétée donne lieu à certaines remarques descriptives et comparatives quant à ce que nous y avons trouvé. Ces remarques sont de différents ordres et seront par conséquent traitées en des sections séparées. Le présent chapitre posera un regard sur les articles traitant du religieux, d'abord sous l'angle de la quantité, puis sous l'angle de la qualité. Nous pourrons ainsi avoir une vue d'ensemble sur la présence du religieux de façon observée et comparée. Ce n'est qu'au chapitre suivant que nous nous attarderons aux différentes catégories de sujets traités.

Remarquons que ces divers angles d'observation ne peuvent être considérés isolément les uns des autres et engagent en conséquence des mises en relation qui seront faites, dans plusieurs cas, au fur et à mesure. D'ailleurs, plus nous avancerons dans ces observations, plus nous posséderons de données à mettre en relation et cela se répercutera sur la compréhension du phénomène qui nous intéresse. En outre, il sera utile de recourir à des exemples d'articles afin d'illustrer chacun des traits particuliers observé dans les différents magazines. Sans doute ces exemples apporteront-ils au lecteur ou à la lectrice une vision plus concrète de ce qui se publie dans les magazines québécois ayant trait aux questions spirituelles et religieuses.

#### **1. LA PRÉSENCE DU RELIGIEUX SOUS L'ANGLE DE LA QUANTITÉ**

Dans les paragraphes qui suivent, les observations réalisées dans les magazines seront présentées de façon à y découvrir dans quelle mesure la présence du religieux s'y manifeste. Nous verrons donc certains faits saillants concernant la fréquence des articles traitant du religieux et leur répartition dans les différents magazines. Puis, nous ajouterons à ces premiers constats l'élément de la longueur des articles qui ont été répertoriés constituant notre corpus de recherche.

##### **1.1 La fréquence et la répartition des articles traitant du religieux**

Au cours de l'année 2002, les magazines composant le système médiatique en observation dans cette recherche ont publié un total de 43 numéros répartis comme suit : 20 par *L'actualité*, 12 par *Châtelaine* et 11 par *Le Bel âge*. Une première lecture de ces numéros a permis de repérer tous les articles comportant un ou plusieurs des

éléments qui se rapportent à notre définition du religieux. Cet exercice donne à observer un total de 326 articles. Sur les 45 numéros recensés au total, on retrouve une moyenne de plus de 7,5 articles par numéro qui traitent du religieux. Voyons leur répartition par magazine à l'aide du tableau suivant :

Tableau I : Répartition des articles par magazine

Magazine	Nombre de Numéros	Nombre d'articles retenus	Pourcentage de la répartition entre magazines	Moyenne d'articles par numéro
<i>L'actualité</i>	20	189	58,0 %	9,45
<i>Le Bel âge</i>	11	50	15,3 %	4,50
<i>Châtelaine</i>	12	87	26,7 %	7,25
<b>Total</b>	43	326	100,0 %	7,58

La moyenne des articles traitant du religieux par numéro publié est donc légèrement supérieure pour *L'actualité* (9,45 articles), comparable à la moyenne de l'ensemble pour *Châtelaine* (7,25 articles) et relativement inférieure pour *Le Bel âge* (4,5 articles). Il importe de faire attention à ne pas interpréter ces données immédiatement comme un indicateur de l'intérêt porté au religieux par chacun de ces magazines. En effet, ces nombres, pourcentages et moyennes devront être confrontés à d'autres données telles que le volume total de pages publiées par un magazine, son ratio rédactionnel, la longueur des articles traitant du religieux et l'importance relative du religieux dans chaque article considéré.

## 1.2 La longueur des textes traitant du religieux

Les observations faites sous l'angle de la quantité se trouvent complétées au tableau II<sup>1</sup> où les articles sont répartis par magazine en fonction de leur longueur. On

---

<sup>1</sup> Tous les tableaux subséquents se trouvent en annexe.

remarque ici que la catégorie la plus représentée est celle des formats *capsule* ou *encadré* avec 122 items répertoriés dans cette catégorie, soit 37 % des articles du corpus<sup>2</sup>. La catégorie suivante est celle des articles moyens comptant *de deux à quatre pages* et qui représente 29 % du corpus avec 93 articles. Viennent ensuite les 60 articles comptant *une page*, qui composent 18 % du corpus et, finalement, ceux de *cinq pages et plus*, qui en composent 16 % avec 51 articles. De ces 51 articles très importants en terme de longueur, on en compte toutefois une quinzaine dans lesquels le religieux ne figure qu'à titre anecdotique. On pourra vérifier ainsi les différents rapports entre la longueur des textes et l'importance relative du religieux dans ces articles à l'aide du tableau VII, publié en annexe. On verra plus loin les faits qui en ressortent.

En ce qui concerne la longueur des articles, les magazines se distinguent aussi entre eux avec certaines tendances. Par exemple, *L'actualité* est le magazine qui publie le plus d'articles très brefs (*capsule* ou *encadré*), mais aussi celui qui tient le haut du pavé pour les articles *de deux à quatre pages* comportant du religieux. Quelques exemples de ceux-ci : « *Mormonlympiques?*<sup>3</sup> », reportage qui tente d'évaluer l'influence qu'auront les Mormons de l'Utah sur la tenue des Jeux Olympiques de Salt Lake City en 2002. Dans ce cas, l'importance relative du religieux y est prédominante, comme dans 13 articles de cette longueur (sur 67) publiés dans *L'actualité* et la valeur de sa représentation est surtout négative, ce qui est également le cas de 13 articles de cette longueur publiés dans *L'actualité*.

On retrouve également, dans les articles de ce format, le texte intitulé « *La nef des mal-aimés*<sup>4</sup> » faisant le portrait d'une paroisse catholique de Montréal située au cœur du village gai et où les homosexuels disent se sentir accueillis avec respect et dignité. Cet article figure aussi parmi les 13 où le religieux occupe une place prépondérante, mais on y accorde en revanche une représentation plus *nuancée* (comportant du positif et du négatif). En effet, la condamnation de l'homosexualité par l'Église catholique en général y est dénoncée, alors qu'on y valorise l'attitude particulière

---

<sup>2</sup> Les points de pourcentage ont été arrondis à l'unité près dans le texte dans le but de l'alléger. Les valeurs précises avec les décimales ont été conservées dans les tableaux en annexe.

<sup>3</sup> Catherine CANO, « *Mormonlympiques?* » : *L'actualité*, vol. 27, n° 2, 1<sup>er</sup> février 2002, p. 59 ss.

<sup>4</sup> Michel ARSENAULT, « *La nef des mal-aimés* » : *L'actualité*, vol. 27, n° 15, 1<sup>er</sup> octobre 2002, p. 62 ss.

de cette paroisse et de ses intervenants. On retrouve, encore une fois, cette valeur de représentation (positive et négative) dans 13 des articles comptant *de deux à quatre pages* dans *L'actualité*.

Jusqu'à 24 des 67 articles de *deux à quatre pages* publiés dans *L'actualité* présentent le religieux sous un jour essentiellement positif, comme dans « Mademoiselle D<sup>5</sup> », un portrait de l'auteure Dominique Demers, où le religieux occupe une place sous-jacente. Seulement sept le présentent sous un jour neutre.

*Le Bel âge*, quant à lui, se distingue des autres magazines par sa forte représentation d'articles de *cinq pages et plus*, mais il affiche aussi une proportion élevée d'articles de moins d'une page. En outre, 7 longs articles sur 17, dans *Le Bel âge*, n'accordent au religieux qu'une importance anecdotique. Ces articles longs sont essentiellement composés des entrevues effectuées par Julie Stanton ainsi que des reportages sur des destinations voyage dont chaque numéro est pourvu. Par exemple, on notera « Pâques dans le sud de l'Espagne<sup>6</sup> » ou encore « Inde : Le Rajahstan, pays des Maharajas<sup>7</sup> ». Ces reportages font presque systématiquement mention des particularités religieuses des destinations, voire des opportunités de pèlerinage ou des facilités pour la pratique du culte. De telles mentions ont généralement une valeur positive (comme dans 10 des 17 articles de cette longueur publiés dans *Le Bel âge*), mais aussi une importance souvent secondaire ou anecdotique. Parmi les entrevues, d'autre part, on peut citer celle réalisée avec Guy Mongrain dans laquelle l'animateur parle de Marie-Soleil Tougas comme d'une femme « avec un sens de la justice peu commun. Une valeur qu'elle avait placée au centre de son existence<sup>8</sup> ». Ce genre d'entrevue intimiste compte pour neuf des articles longs recensés dans ce magazine.

Quant à *Châtelaine*, c'est le magazine qui est le moins porté à publier des articles très brefs traitant du religieux. En revanche, il publie 53 % des articles de

---

<sup>5</sup> Isabelle GRÉGOIRE, « Mademoiselle D » : *L'actualité*, vol. 27, n° 4, 15 mars 2002, p. 76 ss.

<sup>6</sup> Nathalie DE GRANDMONT, « Pâques dans le sud de l'Espagne » : *Le Bel âge*, mars 2002, p. 116-126.

<sup>7</sup> Geneviève ANGERS, « Inde : Le Rajahstan, pays des Maharajas » : *Le Bel âge*, décembre 2002, p. 112-118.

<sup>8</sup> Julie STANTON, « Guy Mongrain : L'art de faire durer le plaisir » : *Le Bel âge*, avril 2002, p. 20-26.

*une page*, alors que sa représentation totale figure pour 28 % des articles du corpus. Parmi ces 32 articles d'*une page* publiés dans *Châtelaine*, on compte nombre de portraits de femmes connues telles Ingrid Bétancourt, Louise Arbour, Françoise Giroud, Lorraine Pintal, ou moins connues, comme les six femmes dépeintes dans un dossier sur l'authenticité<sup>9</sup>. Dans la majorité de ces portraits, le religieux occupe une importance sous-jacente et présente une valeur surtout positive. Parmi les autres types d'articles bien représentés dans ce format, on trouve les billets de Lise Ravary, rédactrice en chef. Pour n'en citer que quelques-uns, « Chroniques du patio », « Étrange époque » et « Les valeurs... féminines!<sup>10</sup> ». Ces billets comptent pour 7 des 32 articles d'*une page* publiés dans *Châtelaine*. Le religieux y est présenté sous un jour positif dans tous les cas sauf un, et seulement deux billets n'y confèrent qu'une importance anecdotique. Bien que ces titres le révèlent déjà, on verra plus en détail au chapitre du contenu comment *Châtelaine* se démarque par le nombre des articles qui abordent le religieux surtout en termes de *dimension de la profondeur*.

Ce que nous venons de voir indique que la plupart des articles traitant du religieux sont des textes d'une longueur significative pour des contenus de magazines, c'est-à-dire des articles d'une page et plus. Ils représentent en effet 63 % des articles recensés, soit un total de 204 textes dans l'ensemble du système. Les variations entre magazines semblent relever davantage le fait d'une pratique éditoriale particulière à chacun, plutôt qu'une attribution de valeur quant aux sujets spirituels et religieux. Par exemple, *L'actualité* et *Le Bel âge* font davantage appel à la capsule en général, alors que *Châtelaine* publie un grand nombre de chroniques régulières dont le format préétabli est d'une page.

Il s'avère aussi intéressant de noter que cette majorité de textes d'une page et plus que nous avons observés accordent une importance relative au religieux qui est notable, dans 71 % des cas. Car, en croisant les mesures de longueur des textes avec celles d'importance relative du religieux – que nous verrons en détail dans la prochaine section – on observe que 144 articles d'une page et plus accordent au religieux une importance relative qui est supérieure à la simple anecdote. En contrepartie, des

---

<sup>9</sup> Isabelle GRÉGOIRE, « Le courage de changer » : *Châtelaine*, octobre 2002, p. 80-88.

<sup>10</sup> Lise RAVARY, « Billet » : *Châtelaine*, titres publiés respectivement en août 2002, p. 6; en novembre 2002, p. 14; et en décembre 2002, p. 8.

122 articles très brefs recensés (capsules ou encadrés), 48 %, soit 57 d'entre eux en traitent d'une façon anecdotique. Voyons plus en détail comment cela s'exprime.

## 2. LA PRÉSENCE DU RELIGIEUX SOUS L'ANGLE DE LA QUALITÉ

Ayant saisi les mesures de quantité qui nous révèlent dans quelles proportions le religieux est présent dans les magazines, nous verrons à présent de quelle façon on en traite. Autrement dit, après s'être demandé « est-ce qu'on en parle? », on se posera ici la question « comment on en parle? ». Et l'on y répondra par l'observation des résultats de notre recherche sous deux aspects : celui de l'importance relative du religieux dans chaque article et celui de sa valeur de représentation, à savoir si la représentation du religieux y est positive, négative, nuancée ou neutre. Ces deux mesures permettront d'envisager le traitement du religieux non seulement en termes de quantité mais aussi de qualité.

### 2.1 L'importance relative du religieux dans les magazines

Si l'on observe les résultats précédents sur la quantité et la longueur des articles en fonction de l'importance relative des sujets religieux dans chaque article, on remarquera certains faits intéressants. Mais voyons d'abord comment cette mesure s'est opérée dans le traitement des données.

Pour chaque article retenu et codifié ayant fait l'objet d'une lecture critique, nous avons mesuré l'importance relative des éléments spirituels et religieux dans l'article. Celle-ci faisait appel à un jugement prenant en compte l'espace objectif occupé par le *texte religieux* dans le texte, ainsi que l'importance des éléments religieux par rapport *au sens* du sujet principal de l'article. Cette mesure a donné lieu à quatre catégories d'importance relative du religieux, soit : le religieux tient une importance *prépondérante* dans l'article, une place *sous-jacente*, une place *secondaire* ou une place *anecdotique*. Il va sans dire que quelques hésitations ont pu apparaître dans le processus de ce jugement, à la lecture de certains articles. Elles se sont posées surtout entre les catégories *secondaire* et *sous-jacente*. Mais nous pouvons affirmer qu'en général la distinction a été établie aisément, s'appuyant sur le travail de codification réalisé au préalable.

L'objectif de cette mesure tend bien sûr à démontrer si, oui ou non, le religieux est abordé comme une donnée d'importance dans la construction sociale de la réalité à

laquelle participent les magazines. Ce que nous avons observé montre des différences assez notables entre les magazines, mais également une représentation d'ensemble qui fait du religieux une donnée d'importance considérable<sup>11</sup>.

Par exemple, dans *L'actualité* où l'on a recensé 189 articles (soit 58 % de tous les articles analysés), on peut constater que le religieux occupe une place prépondérante dans 20 % des cas, une place sous-jacente dans 27 % des articles, une place secondaire dans 16 % des articles et une place anecdotique dans 37 % des cas. La proportion des articles où la valeur du religieux est simplement anecdotique est donc nettement supérieure aux autres catégories. Toutefois, même si l'on retire du compte les articles où le religieux n'a que valeur anecdotique, ce magazine maintient sa proportion d'articles à 57 % des textes (comparativement à 58 % si on les considère tous). En définitive, on comprendra que si *L'actualité* présente une fréquence moyenne d'articles traitant du religieux plus grande (9,45) par numéro comparativement à la moyenne d'ensemble (7,58), cela est directement attribuable à sa tendance à en faire mention plus fréquemment de façon anecdotique.

Soulignons cependant que tous ces articles, selon que le religieux y occupe une place plus ou moins grande, n'ont pas la même valeur qualitative. Par exemple, l'un des articles où le religieux a une importance anecdotique mentionne que « le pape Jean-Paul II confiera désormais la confection de ses vêtements sacerdotaux à Gianni Campagna », également tailleur de quelques acteurs mondialement connus<sup>12</sup>. Cette capsule tient en une phrase dans la rubrique *En commençant par la fin* qui occupe invariablement la dernière page rédactionnelle de la publication. L'élément religieux a été jugé là anecdotique puisque l'information aurait tout aussi bien pu avoir trait à un chef politique militaire (Fidel Castro) ou à une vedette du cinéma québécois (Roy Dupuis), l'intérêt étant lié à la notoriété du personnage plutôt qu'à sa qualité « d'être sacré ». Sur les 189 articles recensés dans *L'actualité*, 36 sont de cet ordre, c'est-à-dire qu'ils consistent en des articles très brefs (moins d'une page) dans lesquels le religieux est traité de façon anecdotique. *L'actualité* est le magazine de notre échantillonnage qui a la plus nette tendance à traiter du religieux de cette façon puisqu'on retrouve dans ses pages les deux tiers des capsules de ce genre.

---

<sup>11</sup> Voir **Tableau II** en annexe.

<sup>12</sup> « Soutanes griffées » : *L'actualité*, vol. 27, n° 7, 1<sup>er</sup> mai 2002, p. 64.

Pour prendre l'exemple contraire, voyons un article publié dans la même rubrique où l'importance du religieux a été jugée prépondérante. Dans la capsule intitulée « Pour imams égarés<sup>13</sup> », on annonce l'existence de cours d'intégration sur divers sujets d'ordre moral offerts aux 400 chefs religieux musulmans résidant aux Pays-Bas. Sans que cet article soit significativement plus long que le précédent, l'élément religieux a été jugé ici prépondérant, car tout le sens de cette information tient au fait que ces cours s'adressent à des *chefs musulmans*, plutôt qu'à tout autre groupe. Encore là, avec un compte de 19 courts articles qui confèrent au religieux une importance prépondérante, *L'actualité* se distingue par sa tendance fortement marquée à produire ce type de capsule, les autres magazines n'ayant que très peu recours à cette pratique (trois articles chacun). *L'actualité* publie ainsi plus des trois quarts des articles de ce genre.

La conséquence de cette propension éditoriale, favorisant l'anecdote ou le très court texte, est de donner lieu à des articles où peu de nuances sont possibles en ce qui a trait au religieux et où sont favorisées les informations-chocs, la formule provocatrice. Par ailleurs, dans le cas de *L'actualité*, on peut observer que la tendance de la représentation n'est ni plus ni moins négative dans ce type d'articles que dans les autres où le traitement offre de meilleures possibilités de nuances. Il faut tout de même souligner que *L'actualité* ne limite pas son traitement du religieux à l'anecdote. En effet, environ quatre articles par numéro publié ont présenté le religieux comme un sujet de forte importance (soit prépondérante ou sous-jacente). C'est donc dire que le religieux y figure comme une donnée d'importance dans la représentation du réel qui y est mise de l'avant.

Reprenons l'exercice d'observation avec les autres magazines, d'abord avec *Châtelaine*. Dans le cas de ce magazine qui compte 87 de tous les articles observés, ceux où le religieux occupe une place prépondérante s'élèvent à 26 %, une place sous-jacente à 25 %, une place secondaire à 21 % et une place anecdotique à 28 %. Par conséquent, c'est dans ce magazine que l'on observe la plus forte proportion d'articles où le religieux a une importance prépondérante<sup>14</sup>. C'est également dans ce magazine

---

<sup>13</sup> « Pour imams égarés » : *L'actualité*, vol. 27, n° 19, 1<sup>er</sup> décembre 2002, p. 104.

<sup>14</sup> Voir **Tableau III** en annexe.



que l'on observe la plus faible proportion d'articles où le religieux n'occupe qu'une place anecdotique.

Pour illustrer le type d'articles qui caractérise la place *prépondérante* accordée au religieux dans plusieurs articles de *Châtelaine*, voyons une entrevue publiée en octobre 2002 sous le titre « Danger terrain miné ». Il s'agit d'un texte de trois pages donnant la parole à une spécialiste de l'éthique du travail et qui pose, en présentation, un problème moral qu'on tentera d'éclairer par la suite : « L'entreprise où vous travaillez enfreint la loi ou met en péril la santé d'autrui en toute connaissance de cause. Vous l'apprenez. Que faites-vous?<sup>15</sup> ». L'article repose sur des valeurs de vérité et de responsabilité, témoigne d'expériences de souffrance liées à la culpabilité, relève la tension entre la confiance et la peur, etc. Ce sont donc essentiellement des questions de l'ordre de la profondeur qui constituent la matière de cet article substantiel, à l'intérieur d'un dossier de plusieurs articles consacré au thème de l'authenticité.

Un autre article où le religieux tient une place prépondérante, d'une page celui-là, résume quelques exercices développés dans le livre « La méditation », dont on dit de l'auteur qu'il a étudié le yoga et le bouddhisme. Ce texte porte essentiellement sur la pratique méditative de la visualisation dans un objectif de relaxation<sup>16</sup>. Il porte davantage sur des éléments de l'ordre d'une expérience religieuse pratique, voire utilitariste, bien que non explicitement liée à une appartenance religieuse quelconque. En cela, cet article reflète bien la réception faite aux différents mouvements religieux dans le Québec contemporain, dans une dynamique que Richard Bergeron nomme « le modèle syncrétiste » où l'on tend à faire s'équivaloir toutes les religions en atténuant les différences entre elles<sup>17</sup>.

En conférant une importance forte (soit *prépondérante* ou *sous-jacente*) au religieux dans 45 articles en 2002, c'est-à-dire en moyenne dans 3,75 articles par numéro publié, *Châtelaine* donne lieu à une représentation du réel qui inclut le religieux parmi d'autres données d'importance dans la culture actuelle. Sur ce plan, l'importance

---

<sup>15</sup> Sylvie HALPERN, « Danger terrain miné » : *Châtelaine*, octobre 2002, p. 99-102.

<sup>16</sup> Michelle LABRÈCHE-LAROCHE, « Relaxer... avant de décrocher » : *Châtelaine*, juillet 2002, p. 59.

<sup>17</sup> Richard BERGERON, *Vivre au risque des nouvelles religions*, Montréal, Médiaspaul, 1997, p. 59.

du religieux se trouve comparable dans *Châtelaine* à celle observée dans *L'actualité*. Il serait en outre intéressant de comparer cette représentation à d'autres domaines d'intérêt tels que la politique, l'économie, la sexualité, la psychologie, etc., ce que nous ne pourrions faire ici.

Si l'on observe les mêmes données statistiques avec *Le Bel âge*, on remarquera à peu près le contraire. C'est-à-dire qu'en considérant les 50 articles recensés dans ce magazine, on verra que le religieux occupe une place prépondérante dans 10 % des cas, sa place est sous-jacente dans 20 % des articles, secondaire dans 22 % et anecdotique dans 48 % des cas, soit dans près de la moitié des articles repérés. Cela signifie donc que, des trois magazines observés, *Le Bel âge* a la plus grande proportion des articles traitant du religieux où ce sujet est anecdotique et, à l'opposé, la plus faible proportion des articles où ce sujet est prépondérant<sup>18</sup>.

Voyons-en quelques exemples. Dans une chronique culinaire intitulée « Une Saint-Valentin à l'italienne », la diététiste Martine Gaudreault amorce son article en évoquant l'histoire du saint patron de cette journée, martyrisé vers 270 et choisi par l'Église lors d'un tirage au sort pour servir d'exemple aux amoureux<sup>19</sup>. L'anecdote à saveur historique révèle la dimension religieuse rattachée, d'un point de vue culturel, à l'origine de nos fêtes. La suite est composée de recettes. Dans un autre texte, une entrevue de cinq pages, le comédien Alain Zouvi évoque trois éléments admis dans notre définition du religieux : un « séjour en Haïti [qui] a contribué à redéfinir ses valeurs »; les origines juives de son père; et une vision de la vie après la mort qui se résume par la citation : « Nos morts nous habitent. Il nous suffit de se mettre à l'écoute de leur présence<sup>20</sup> ». Trois brèves affirmations qui ne se trouvent pas davantage approfondies ni ne soutiennent le sens de l'article, ce qui leur confère une valeur anecdotique.

On peut observer ces données tirées des différents magazines à partir de plusieurs points de vue. D'abord faut-il admettre que l'indicateur mesurant l'importance relative du religieux ne dit pas grand-chose isolément. Il sera davantage significatif de le

---

<sup>18</sup> Voir **Tableau II** en annexe.

<sup>19</sup> Martine GAUDREULT, « Une Saint-Valentin à l'italienne » : *Le Bel âge*, février 2002, p. 95 ss.

<sup>20</sup> Julie STANTON, « Alain Zouvi : La vie est belle ! » : *Le Bel âge*, octobre 2002, p. 19-26.

considérer avec d'autres indicateurs dans la démarche compréhensive de notre recherche. Mais si l'on revient à la préoccupation fondamentale de cette recherche, nous voudrions prioritairement considérer l'importance relative accordée au religieux, dans les articles, d'un point de vue global pour le système médiatique qui nous intéresse.

Or, voici des faits intéressants. Des 326 articles recensés, seulement un peu plus du tiers (36 %) traitent du religieux de façon anecdotique. Ce qui laisse tout de même à observer 209 articles où l'importance du religieux va au-delà de l'anecdote. Dans 46 % des cas, le religieux présent dans l'article a une importance forte, soit prédominante (20 %) ou sous-jacente (26 %). Pour cette dernière catégorie, rappelons qu'une importance sous-jacente indique un fort degré d'importance puisque, sans être explicitement le sujet principal de l'article, le religieux y sous-tend en quelque sorte le sujet principal. Autrement dit, sans ses éléments de dimension spirituelle ou religieuse, cet article n'aurait pas du tout le même sens, voire aucun. Quant à la proportion des articles où l'importance du religieux est évaluée comme secondaire, elle atteint 18 %.

Si l'on reprend le compte total des 326 articles analysés, une autre perspective d'ensemble s'avère intéressante. En croisant les données d'importance relative et celles qui concernent la longueur des articles, on constate que 200 articles traitent du religieux de manière autre qu'anecdotique dans des textes d'une page ou plus. Cela représente plus de quatre articles par numéro publié et, en cette matière, aucun magazine ne s'écarte significativement de sa représentation totale à l'intérieur du corpus.

En conséquence, nous saisissons que les journalistes et collaborateurs des magazines qui traitent du religieux ou qui évoquent une dimension religieuse ou spirituelle liée à leur sujet confèrent à cette dimension une importance relative assez significative, la plupart du temps. Cet état de fait donne aux lecteurs une représentation du religieux qui n'est pas négligeable dans la construction sociale de la réalité à laquelle participent ces trois magazines.

## **2.2 La valeur de représentation du religieux dans les magazines**

Suivant la lecture critique de chaque article, une mesure a été appliquée identifiant si le religieux dans l'article se présentait sous une valeur *positive*, *négative*, à la fois *positive et négative* (qu'on appellera aussi *nuancée*) ou *neutre*. Cette mesure a dû

faire appel à un jugement critique de notre part tenant compte des valeurs socialement admises dans la société québécoise. Par exemple, un acte pédophile ou terroriste commis par une personne ou un groupe identifié à une communauté culturelle aura été considéré comme ayant une valeur de représentation négative. Une conversion spirituelle faisant appel à la quête d'une plus grande liberté ou un acte de charité motivé par des croyances religieuses aura été considéré comme ayant une valeur positive. Ces valeurs sont évidemment relatives à la culture actuelle et à la société québécoise dans laquelle se situe cette recherche. C'est dans ce cadre que le jugement critique concernant la valeur de représentation du religieux a été appliqué. Dans certains cas, la prédominance très marquée d'une valeur (positive, négative ou neutre) l'a emporté sur la présence anecdotique d'un élément de religieux à valeur différente; on aura alors ignoré la valeur de l'élément anecdotique pour ne conserver que la valeur prédominante.

Cette observation a donné lieu à des différences profondes entre les magazines. Selon le cas, ceux-ci se démarquent par des rapports d'équilibre ou de déséquilibre entre des représentations à valeur positive, négative, nuancée (comportant du positif et du négatif) ou neutre. En outre, sur l'ensemble, on remarque que le religieux est représenté de façon essentiellement positive dans 46 % des articles contre seulement 15 % d'articles où le religieux a une valeur strictement négative. Les articles où la représentation du religieux comporte du positif et du négatif composent près de 19 % de l'ensemble tandis que ceux où elle est neutre en forment près de 20 %. Voyons plus en détail ce qui en ressort.

Le magazine *L'actualité* a présenté le religieux sous une valeur neutre dans 35 de ses articles (19 %), négative dans 46 articles (24 %), nuancée dans 45 articles (24 %) et positive dans 63 articles (33 %), pour un total de 189 articles recensés. À cet égard, les rapports observés par *L'actualité* dans ces catégories s'écartent sensiblement des rapports totaux pour l'ensemble des magazines, particulièrement en ce qui concerne les valeurs, soit distinctement positive, soit distinctement négative<sup>21</sup>. Dans le premier cas, l'écart est nettement à la baisse (33 % par rapport à 46 % de l'ensemble du système) et dans le second, il est significativement à la hausse (23 % comparé à 15 % de l'ensemble du système). Pour les catégories de valeur neutre ou nuancée, les rapports sont comparables à ceux de l'ensemble.

---

<sup>21</sup> Voir **Tableau IV** en annexe.

Ce qui frappe dans le cas de *L'actualité*, c'est que ce magazine a publié 92 % des articles, soit la presque totalité de ceux qui ont représenté le religieux de façon nettement négative dans notre corpus. C'est aussi le magazine qui a publié la plus grande proportion (73 %) de ceux qui comportaient du positif et du négatif. Ces proportions s'écartent de façon marquée de la proportion qu'occupe le total des articles recensés dans *L'actualité*, soit 58 %. Un écart comparable, mais à la baisse, s'observe dans la proportion des articles à valeur positive publiés dans *L'actualité*, qui n'atteint que 41 %. Seuls les articles où le religieux obtient une valeur neutre s'y retrouvent dans des proportions équivalentes (51 %) au total des articles recensés dans ce magazine.

Pour illustrer cette tendance nettement accentuée à la représentation négative du religieux, voyons l'article « Cauchemar au Cachemire », qui dépeint la situation de tension politique qui règne dans cette région disputée du monde. Cet article est typique d'un grand nombre de textes parus dans *L'actualité* en 2002, où les différents camps en opposition dans les conflits sont associés à des groupes d'appartenance religieuse. Dans celui-ci, on affirme entre autres que « des extrémistes musulmans ont multiplié les attentats sanglants dans cette région à majorité musulmane. Leur but : libérer le Cachemire de la présence indienne et y prôner la ligne dure de l'islam<sup>22</sup> ». Dans ce texte de longueur moyenne (deux à quatre pages), la source du conflit est attribuée exclusivement aux rapports entre religions. On retrouve dans *L'actualité* 12 articles où le religieux ayant valeur négative, son importance relative est estimée secondaire, comme dans celui-ci. On pourrait aussi citer l'article « Robes noires en sursis », une entrevue d'environ trois pages avec le sociologue Michel Dorais. Cet article propose la thèse d'une conspiration du silence pour expliquer que les scandales de pédophilie qui secouent le clergé catholique ailleurs en Amérique du Nord n'atteignent pas le Québec<sup>23</sup>. Celui-là accorde une importance prépondérante au religieux, comme c'est le

---

<sup>22</sup> Vanessa DOUGNAC, « Cauchemar au Cachemire » : *L'actualité*, vol. 27, n° 4, 15 mars 2002, p. 35 ss.

<sup>23</sup> Micheline LACHANCE, « Robes noires en sursis » : *L'actualité*, vol. 27, n° 16, 15 octobre 2002, p. 22 ss.

cas de 12 articles où sa représentation est essentiellement négative et qui sont publiés dans *L'actualité*<sup>24</sup>.

Pour ce qui est des articles où la valeur du religieux est nuancée, on peut nommer entre autres l'entretien de Michel Arseneault avec l'intellectuel Régis Debray qui recommande au gouvernement français de ramener la religion à l'école, au nom de la civilisation<sup>25</sup>. Le religieux y occupe évidemment une place prépondérante dans un article de longueur moyenne. Devrait-on en outre s'étonner de constater que, cet auteur signant huit des articles recensés dans *L'actualité*, aucun de ses textes ne représente le religieux de façon essentiellement négative? Voilà l'une des préoccupations qui pourra être portée à l'analyse compréhensive de cette recherche, c'est-à-dire tenter de discerner si l'angle de traitement du religieux semble relever d'abord de l'auteur en tant qu'individu, de la publication en tant qu'entreprise ou des magazines en tant que système. Si les conclusions de cette recherche peuvent éventuellement tendre vers une réponse, il restera sans doute de nombreuses questions à approfondir avant de la poser comme hypothèse et de la soutenir scientifiquement dans une recherche ultérieure.

Pour résumer, on notera que *L'actualité* a une tendance clairement plus affirmée que les autres magazines du corpus à représenter le religieux sous un jour négatif ou nuancé. Il s'inscrit par ailleurs comme étant moins porté à accorder une représentation essentiellement positive aux questions d'ordre spirituel ou religieux.

Le cas de *Châtelaine* est complètement différent. En effet, sur un total de 87 articles recensés dans ce magazine, 51 (59 %) d'entre eux accordent au religieux une valeur essentiellement positive contre seulement 3 (un peu plus de 3 %) ayant une valeur négative. Le religieux y reçoit une valeur neutre dans 22 articles (25 %) et une valeur de représentation nuancée dans 11 articles (13 %).

En ce qui concerne *Châtelaine*, qui publie 27 % des articles retenus dans cette recherche, on peut dire que le magazine maintient ses proportions dans les différentes valeurs de représentation sauf pour un cas, soit la valeur négative. En effet, *Châtelaine*

---

<sup>24</sup> Au **Tableau V**, on remarquera que *L'actualité* est le seul magazine où des articles figurent dans cette catégorie.

<sup>25</sup> Michel ARSENEAULT, « Mahomet et Yahvé au lycée » : *L'actualité*, vol 27, n° 14, 15 septembre 2002, p. 22 ss.

n'est l'instigateur que de 6 % des articles où le religieux présente une valeur essentiellement négative, un écart de plus de 20 points de pourcentage avec la proportion de sa participation totale au corpus. Pour les autres catégories, la variation des proportions présente un écart de moins de 10 points de pourcentage, puisque ce magazine publie 34 % des articles où le religieux présente une valeur neutre, 34 % de ceux où il présente une valeur positive et 18 % de ceux qui accordent au religieux une valeur comportant du positif et du négatif.

Voyons de plus près quelques-uns de ces articles caractéristiques de cette publication. Le tout premier article recensé, le billet de Lise Ravary publié en janvier 2002, en est un exemple : alors qu'elle se présente comme nouvelle rédactrice en chef, l'auteure aborde la crise de sens qui suit les attentats du 11 septembre 2001. « Certains, chuchote-t-on, recommencent à prier » écrit-elle. Plus loin : « Les humains sont programmés pour chercher un sens à la vie. Sinon, rien n'a de sens<sup>26</sup> ». Cet article d'une page accorde au religieux une importance prépondérante en même temps qu'une valeur essentiellement positive, comme dans 17 articles dont *Châtelaine* est responsable (sur un total de 31 pour l'ensemble du système)<sup>27</sup>. Pour prendre un exemple d'articles où *Châtelaine* accorde une valeur neutre au religieux, voyons le texte présentant un portrait de l'auteure de séries télévisées, Fabienne Larouche. Décrivant sa série *Music-Hall*, celle-ci est citée disant : « C'est un conte moral, où chaque personnage a un enjeu personnel à défendre, une histoire de bien et de mal où chacun doit affronter le diable tentateur<sup>28</sup> ». Cette référence culturelle, unique mention du religieux dans ce texte d'une page, a été jugée anecdotique et conférant au religieux une valeur neutre. D'ailleurs, des 22 articles de *Châtelaine* accordant une valeur neutre au religieux, 15 d'entre eux l'abordent avec ce type de commentaire anecdotique.

Compte tenu des observations qui précèdent, on peut en conclure que le magazine *Châtelaine* tend davantage à représenter le religieux sous un jour positif, et ce, de façon plus marquée que les autres lorsqu'il s'agit d'articles où le religieux a une

---

<sup>26</sup> Lise RAVARY, « Une année de possibilités nouvelles » : *Châtelaine*, janvier 2002, p. 8.

<sup>27</sup> Voir **Tableau V** en annexe, qui croise l'importance prépondérante du religieux avec la valeur relative de sa représentation dans les articles, par magazine.

<sup>28</sup> -----, « Fabienne Larouche : Pour en finir avec les morons » : *Châtelaine*, avril 2002, p. 90.

importance forte (prépondérante ou sous-jacente)<sup>29</sup>. Dans une moindre mesure, *Châtelaine* aura tendance à accorder au religieux une valeur neutre, plutôt qu'une valeur essentiellement négative, ce qui lui arrive très rarement.

Les articles recensés dans *Le Bel âge*, encore une fois, révèlent une représentation très caractéristique de ce magazine. Des 50 articles observés dans cette publication, 37 articles (74 %) accordent au religieux une valeur essentiellement positive ; viennent ensuite les 7 articles (14 %) où le religieux figure de façon neutre. Les autres catégories sont représentées de manière tellement accidentelle que leurs nombres n'ont aucune valeur statistique puisqu'ils se limitent à 5 (10 %) pour ceux comportant du positif et du négatif alors qu'un seul article aborde le religieux sous un jour essentiellement négatif.

Comme exemple de cette représentation positive, voyons le reportage portant sur les grands-mamans d'adoption, qui rapporte l'expérience de Françoise Cartier<sup>30</sup>. Sa rencontre avec un jeune couple d'Africains qu'elle a pris sous son aile a eu lieu le jour de Noël alors qu'elle accompagnait sa mère âgée à la messe. La présence du religieux y est secondaire, ce qui est le cas de sept articles publiés par ce magazine où la valeur du religieux est essentiellement positive. Dans un autre article qui propose une escapade dans la région de Mégantic, le religieux est mentionné de façon positive et anecdotique (comme dans 17 articles recensés dans ce magazine), par le biais d'une suggestion de visite à l'église Sainte-Agnès<sup>31</sup>.

Avec ces deux exemples qui illustrent le cas de 24 articles au total – soit près de la moitié de ceux recensés dans ce magazine –, nous voyons la très nette tendance de la revue à présenter le religieux de façon essentiellement positive, mais aussi à lui conférer une importance assez peu significative. Enfin, pour ajouter à ces observations, notons que le seul article du *Bel âge* accordant une représentation négative au religieux

---

<sup>29</sup> Voir **Tableau VI** en annexe.

<sup>30</sup> Renée ROWAN, « Généreuses et aimantes. Les grands-mamans d'adoption » : *Le Bel âge*, octobre 2002, p. 48-54.

<sup>31</sup> Lucette BERNIER, « Mégantic, la bonne étoile de l'hiver » : *Le Bel âge*, janvier 2002, p. 105-110.



est une entrevue avec l'écrivain Claude Jasmin<sup>32</sup>. Ce dernier ayant une position anticléricale notoire dans le public québécois, on peut penser que le magazine est alors tributaire de l'opinion du sujet interviewé – une opinion relevée de manière anecdotique, faut-il préciser.

Alors que les articles de ce magazine représentent seulement 15 % du total des articles recensés, la proportion de ceux où le religieux se voit accorder une valeur positive grimpe à 25 %. C'est l'écart positif le plus marqué dans cette catégorie<sup>33</sup>. Nous verrons plus loin à quels facteurs cet état de fait pourrait être attribué.

### 3. VUE D'ENSEMBLE SUR LA PRÉSENCE OBSERVÉE ET COMPARÉE

À l'aide des observations décrites dans ce chapitre, il s'agit maintenant d'évaluer si les magazines grand public traitent du religieux d'une façon que l'on pourrait appeler équitable – à défaut d'être purement objective – c'est-à-dire sans appliquer un préjugé systématique qui laisserait croire à une représentation intentionnellement biaisée du religieux. Mais surtout, il s'agit de vérifier la qualité potentielle du sentiment que les lecteurs de magazines sont en mesure de se forger, face au religieux, à partir de portraits que ces médias dessinent. Comme on pourra le constater, les procès d'intention souvent formulés à l'égard des médias par les observateurs intéressés au religieux méritent ici d'être nuancés.

À première vue, les divergences flagrantes de comportement, d'un média à l'autre, portent à croire que tel média applique un préjugé favorable à l'égard du religieux, tel autre un préjugé défavorable alors que celui-là sera généralement plus neutre. Et que, même si le système se montre dans l'ensemble positif ou nuancé à l'égard du religieux (67 % des articles de l'ensemble), les lecteurs en retiendront l'image qui leur est le plus souvent présentée selon le magazine qu'ils fréquentent le plus assidûment. Mais la présente analyse ne peut pas s'arrêter à cette perception simplifiée des choses.

En fait, si l'on remarque par exemple que le magazine *Le Bel âge* propose une représentation clairement positive du religieux, il faut aussi se demander : en quoi y

---

<sup>32</sup> Julie STANTON, « Claude Jasmin persiste et signe » : *Le Bel âge*, novembre 2002, p. 18-26.

<sup>33</sup> Voir **Tableau IV** en annexe.

aurait-il lieu d'en être autrement? Car, en observant l'ensemble du magazine et le traitement qu'il fait des différents sujets abordés en général, on en viendra aisément à la conclusion qu'il s'agit d'une publication véhiculant très peu d'information critique ou négative, quel que soit le sujet traité. On verra en outre que le traitement de l'information s'opère généralement « en surface », si l'on peut dire, avec une faible recherche d'approfondissement des causes et des effets devant les événements.

On peut voir ici une amorce d'inférence, une analyse aux frontières de l'herméneutique qui pourrait nous être reprochée par les tenants de l'analyse de contenu<sup>34</sup>. Cette approche nous conduit à interpréter les éléments de contenu du texte dans leur contexte de publication, à l'intérieur de l'univers qui lui est propre. Nous estimons que la démarche compréhensive dans laquelle nous nous situons permet cet acte d'interprétation. En l'occurrence, lorsqu'on parle du *Bel âge*, on peut considérer le fait qu'il s'agit d'un magazine « destiné aux consommateurs » de 50 ans et plus, retraités, en recherche d'information accessible sur l'art du « mieux vivre » dans une lecture de détente axée sur le loisir, la santé, la croissance personnelle, les intérêts généraux des personnes retraitées. Dans son dossier médias 2003, outil de promotion auprès des annonceurs, l'éditeur spécifie que les principales préoccupations du marché de 50 ans et plus sont les suivantes : santé, argent et voyages. En conséquence, le magazine propose dans son contenu des conseils de spécialistes et des articles portant sur la mode, la cuisine, les finances, les voyages, la santé et l'art de vivre. « *Good Times* propose à ses lecteurs des reportages sur des personnes qui trouvent stimulation et valorisation dans diverses activités comme suivre des cours ou servir leur collectivité<sup>35</sup>. » On ne cherche pas à y susciter de grands débats ni à mobiliser l'opinion publique selon un angle particulier, encore moins à choquer le lectorat avec des positions tranchées. En considérant cela, il apparaît tout à fait naturel que ce magazine n'agisse pas autrement à l'égard du religieux que face aux autres sujets traités, ce qui explique la forte incidence de représentation positive ou neutre. Cependant, en est-il ainsi de toutes les publications observées?

---

<sup>34</sup> Roger MUCCHIELLI, « Définition et délimitation de l'analyse de contenu », dans : *L'analyse de contenu des documents et des communications. Connaissance du problème*, 2<sup>e</sup> éd., Paris, Les librairies techniques, entreprises modernes et Les éditions ESF, 1977, p. 5-27.

<sup>35</sup> -----, « Sommaire *Good Times* », dans : *Dossier médias 2003*, Les Éditions Transcontinental. *Good Times* est le titre anglais de la publication sœur du *Bel âge*, chez le même éditeur.

Dans le cas de *Châtelaine* et de *L'actualité*, cette question peut également se poser. Quelques facteurs pourraient affecter le comportement éditorial de chacun de ces magazines dans leur traitement du religieux. On peut penser que la nature des sujets traités en matière de religieux est susceptible d'avoir un impact sur la valeur de sa représentation. Par exemple, le traitement d'un sujet tel un conflit armé à caractère ethnoreligieux confère naturellement une valeur plus négative à la question religieuse que le traitement d'une expérience de drame collectif conduisant une personne, voire une société, dans une quête de sens à la vie. Le choix éditorial concernant la valeur de représentation de l'élément religieux ne se pose donc pas tant lors du traitement du sujet, dans ces cas précis, que lors du choix du sujet.

À cet égard, chaque magazine répond de sa propre ligne éditoriale dont les contours ne nous sont pas disponibles dans le cadre de cette recherche. Il importe dans ce cas d'être attentif aux comportements éditoriaux qui pourraient apparaître en quelque sorte « dissonants » par rapport à l'ensemble du contenu de telle publication. Il s'avère en effet inutile de nous en tenir à une simple analyse de tendances comparée<sup>36</sup> qui nous conduirait à de fausses pistes dans le cas des magazines en observation, puisque ceux-ci possèdent des champs d'intérêt distincts ayant une incidence directe sur le traitement du religieux. De plus, la question du traitement du religieux a été posée, dans cette recherche, pour l'ensemble du système médiatique en question. La comparaison du comportement des magazines entre eux n'est, en cours de route, qu'un éclairage particulier à l'intérieur de la problématique d'ensemble.

Voilà donc ce qui nous conduit à pousser plus loin la démarche de compréhension que nous avons entreprise en allant voir de plus près les catégories particulières de sujets traités. Après avoir mis en relation la fréquence et la longueur des articles traitant du religieux, l'importance relative et la valeur de représentation du religieux dans ces articles, on détaillera dans le chapitre suivant les thèmes abordés, faisant partie de l'univers du spirituel et du religieux, dans les magazines grand public au Québec. Ayant observé que le choix de ces thèmes et sujets traités a une incidence directe sur la valeur de représentation du religieux qui en découlera, les conclusions du prochain chapitre devraient éclairer grandement nos observations.

---

<sup>36</sup> Roger MUCCHIELLI, *op. cit.*, p. 59.

## CHAPITRE 3

### LA PRÉSENCE DU RELIGIEUX SOUS L'ANGLE DES SUJETS TRAITÉS

Dans le présent chapitre, nous verrons donc la distribution des thèmes abordés dans les articles recensés. Cette démarche nous permettra de répondre à la question « de quoi parle-t-on? » lorsqu'on est en présence de sujets spirituels ou religieux dans les magazines grand public au Québec. Encore une fois, il nous sera donné d'observer certaines tendances particulières selon les magazines, mais ce qui primera à l'analyse concerne avant tout le comportement de l'ensemble du système.

En faisant la recension des 326 articles retenus aux fins de cette recherche, tous les sujets ayant trait au religieux ont été relevés dans le texte et codifiés en fonction de la typologie élaborée au préalable<sup>1</sup>. Lors de l'entrée des données dans le système d'analyse informatisée, chaque catégorie a été inscrite comme étant présente ou non dans l'article puis, le cas échéant, l'élément relevé a été identifié de façon précise. Ainsi, lorsque tel article mentionnait une personne ayant la fonction de prêtre, on notait la présence dans l'article de la catégorie « personne en tant qu'être sacré ». Cet élément était ensuite identifié plus précisément comme « prêtre, imam, rabbin ». Plusieurs catégories pouvaient se retrouver dans un même article, chaque élément étant de la même façon relevé et identifié. Lorsque deux éléments différents d'une même catégorie se retrouvaient présents dans un article, nous avons simplifié leur identification par le terme « multiples »; par exemple, s'il était question dans le même article de deux communautés culturelles différentes, juive et musulmane, nous aurons noté la présence de la catégorie « communauté culturelle » et identifié les éléments comme « multiples ». Nous avons cependant fait deux exceptions à cette méthode de façon à pouvoir identifier jusqu'à deux éléments de manière précise, et ce, dans les catégories « une expression de l'expérience religieuse » et « une dimension de la profondeur ». La multiplicité et la fréquence des éléments retrouvés dans ces deux catégories justifie cette méthode de travail.

Nous verrons donc dans les pages qui suivent ce qui caractérise le traitement du religieux dans les médias grand public sous l'angle des sujets traités. La présentation se fera selon un ordre différent de celui dont nous avons fait usage jusqu'à présent, c'est-à-

---

<sup>1</sup> Voir Chapitre 1 sous-section 1. 3 Typologie des critères intégrateurs.

dire qu'ils ne seront pas d'abord présentés par magazine, mais plutôt en fonction de certains faits saillants qui seront analysés. Nous verrons d'abord les catégories du religieux qui sont recensées les plus fréquemment, soit celles identifiant diverses expressions de l'expérience religieuse et celles ayant trait aux diverses dimensions de la profondeur. Viendront ensuite les catégories plus simples du religieux qui sont identifiées par Rivière comme étant soit *sujet*, soit *objet* de la religion.

# 1. LES CATÉGORIES COMPLEXES : L'EXPRESSION DE L'EXPÉRIENCE RELIGIEUSE ET LA DIMENSION DE LA PROFONDEUR

Les catégories qui se démarquent avec une fréquence supérieure d'apparitions dans le texte sont « l'expression d'une expérience religieuse », présente dans 217 articles (67 % du corpus) ainsi que « la dimension de la profondeur », présente dans 199 articles (61 % du corpus). Ces deux catégories fortement représentées constituent ce que l'on pourrait appeler des catégories complexes. Elles diffèrent à cet égard d'autres catégories plus simples que nous examinerons plus loin dans la description du contenu comme, par exemple, la communauté cultuelle, le milieu sacré ou la personne comme être sacré. Leur complexité relève du fait qu'elles appellent à une certaine interprétation du texte, exigeant davantage qu'une simple recension de vocabulaire. À titre d'exemple, s'il est à peu près indiscutable que le mot église, lorsqu'on le retrouve dans un texte, réfère à un milieu sacré, il en est tout autrement des deux catégories dont nous traitons ici.

D'abord faut-il préciser que l'expression de l'expérience religieuse se retrouve parfois isolément dans le texte, en tant que telle, mais elle se décompose aussi parfois en d'autres éléments plus simples que l'on aura recensés dans le même article. Par exemple, dans un texte comportant une expression sociologique de l'expérience religieuse (qui marque les rapports sociaux au sein d'une religion), on trouvera aussi très souvent la présence de l'élément plus simple de « personne en tant qu'être sacré ». C'est le cas dans l'entrevue publié dans *Le Bel âge* avec Claude Jasmin, alors qu'on relève dans le même passage trois catégories : deux simples (la communauté cultuelle catholique et les pères de Saint-Sulpice en tant qu'êtres sacrés) et celle plus complexe d'expression sociologique de l'expérience religieuse. Ce passage se lit comme suit : « Qualifié d'élève indésirable, notre mousquetaire a engendré l'ire des pères de Saint-Sulpice et celle de son paternel [...]. Pour Édouard Jasmin et Germaine Lefebvre, envolé le rêve de voir leur fils revêtir la soutane et partir convertir les petits Chinois! ».

Lire dans cet extrait une expression sociologique de l'expérience religieuse exige un certain exercice d'interprétation qui a souvent été mis en pratique au cours de cette recherche.

Ainsi en est-il, et peut-être encore dans une plus large mesure, de la dimension de la profondeur qui réfère surtout à différents éléments de nature spirituelle, le spirituel étant compris ici au sens large. C'est de cet acte d'interprétation qu'il faudra tenir compte dans la lecture des passages qui suivront et principalement dans celle des données statistiques qui servent à étayer l'illustration du contenu recensé. Avec la part de subjectivité qu'elle comporte, et bien que nous ayons respecté au mieux les balises établies pour la lecture critique des textes, cette interprétation pourra être éventuellement sujette à la critique selon divers points de vue. C'est pourquoi il faut faire usage des données statistiques étalées dans les prochaines pages pour ce qu'elles sont : un moyen de brosser le portrait le plus juste possible de *ce dont on parle*, dans les magazines grand public, lorsqu'il s'agit d'aborder le religieux au sens large. Cette précision étant faite, la démonstration du contenu des magazines grand public, en ce qui a trait au religieux, peut être poursuivie avec toute la rigueur scientifique accessible à la présente démarche.

En ce qui concerne les deux catégories les plus représentées dans les articles, il est à noter qu'elles se retrouvent présentes de façon concomitante dans 110 articles. Si l'on fait le calcul, cela revient à dire que nous recouvrons, avec ces deux seules catégories, la quasi-totalité des textes, soit 306 articles sur un total de 326. Leur répartition est aussi intéressante à observer puisqu'on les retrouve pratiquement nez à nez avec, *grosso modo*, une centaine d'articles comportant « l'expression d'une expérience religieuse » seulement (sans la profondeur), une centaine d'autres comportant « la dimension de la profondeur » seulement, (sans l'expérience religieuse) et encore une centaine comportant la présence des deux catégories. Ces observations tendent à vérifier ce qui relevait de l'intuition au départ, à savoir que les questions spirituelles ne sont pas toujours associées au fait religieux entendu dans le sens institutionnel, ni les sujets religieux nécessairement abordés avec une dimension

spirituelle. Voyons maintenant si cela peut avoir une certaine incidence sur la valeur de représentation du religieux<sup>2</sup>.

En détaillant ces deux catégories en fonction de la valeur de représentation du religieux, on remarquera que seulement 12 articles sur 110 où l'expérience religieuse est associée à une dimension de la profondeur offrent une représentation négative du religieux. Par contre, lorsque l'expression de l'expérience religieuse est dissociée d'une dimension de la profondeur – c'est le cas de 107 articles –, le nombre d'articles accordant au religieux une valeur essentiellement négative grimpe à 33. Dans le cas des articles où la dimension de la profondeur se retrouve au contraire seule présente, sans l'expérience religieuse à proprement parler, nous arrivons à des proportions quasi inexistantes de la valeur de représentation négative, soit un seul article sur 89.

En faisant l'exercice inverse, c'est-à-dire en recherchant dans ces articles la valeur de représentation essentiellement positive, voici ce qu'on observe. L'expression de l'expérience religieuse dissociée de la dimension de la profondeur donne lieu à 33 articles où la valeur de représentation du religieux est positive sur 107. Lorsque cette expérience religieuse est associée à la dimension de la profondeur, cette proportion grimpe à 52 articles sur 110. Et elle est encore supérieure lorsque c'est la dimension de la profondeur, prise seule, qui se retrouve dans les articles, avec une valeur de représentation positive dans 60 articles sur 89.

Ces deux dernières observations mises ensemble s'avèrent très éloquentes par rapport aux divers phénomènes régissant le traitement du religieux dans les magazines grand public. Quand on les interprète, il est aisé de remarquer que les questions proprement liées à l'expression d'une religion instituée amènent une tendance à une représentation moins positive du religieux. Tandis qu'au contraire, tout ce qui est relatif à la dimension de la profondeur ou au champ plus spirituel donne lieu au phénomène contraire. Nous verrons maintenant par quelques exemples comment cela se traduit dans les articles.

---

<sup>2</sup> Voir **Tableau VIII** illustrant la valeur de la représentation du religieux en fonction de la présence d'une dimension de la profondeur et d'une expression de l'expérience religieuse.

Dans la chronique de Josée Blanchette intitulée « L'esprit des fêtes<sup>3</sup> », nous trouvons un exemple de la présence d'une dimension de la profondeur, sans expression de l'expérience religieuse. La valeur de représentation du religieux y est essentiellement positive, comme dans 60 articles où l'on retrouve la même combinaison entre ces catégories. La dimension spirituelle y est considérée comme prépondérante. Cette chronique propose un sens à la valeur de la charité où l'on relève la dimension de la profondeur s'articulant autour de la tension entre transcendance et immanence. On y lit par exemple : « Donner sans attendre quoi que ce soit en retour est un acte rare, sauf chez les gens très pieux, les simples d'esprit et les gens sages. Signer un chèque et attendre mon reçu d'impôt, ça prend exactement deux minutes de mon temps ». Fait aussi notable, cette chronique publiée en décembre qui s'attarde à la charité avec le prétexte de l'approche de Noël ne fait aucune allusion à la dimension religieuse de la fête. On y cherche tout simplement un sens à la charité parce que, mentionne-t-on, donner des cadeaux à Noël relève de la tradition.

Dans un autre article où le religieux est présenté comme essentiellement positif, on retrouve associées l'expression de l'expérience religieuse et la dimension de la profondeur, comme c'est le cas de 52 textes dans l'ensemble. Cet article, intitulé « Le bonheur est dans les livres » et publié dans *Châtelaine*<sup>4</sup>, fait état des nombreuses publications de croissance personnelle proposant une voie d'atteinte du bonheur. La citation de l'animatrice Christiane Charette, trouvée dans le texte, traduit éloquemment les réserves que suscite la religion dans le grand public, mais qui semblent être atténuées par son association à une dimension de la profondeur. Pour les besoins de la démonstration, nous reproduirons donc un paragraphe entier de cet article qui rapporte un échange entre l'auteur de l'article et Christiane Charette, une adepte de ces livres qui se veut discrète :

Je lui demande de me donner quelques noms d'auteurs qu'elle respecte; elle court ouvrir son armoire secrète. « Il y a Anselm Grün, un moine bénédictin qui a écrit *Conquérir sa liberté*, très intéressant, même si la religion y est très présente et que le titre me donne des boutons. Attendez... *Le soin de l'âme*, de Thomas Moore, un américain qui a fait des études de théologie et se destinait à la prêtrise. Et bien sûr, Jean Monbourquette. »

---

<sup>3</sup> Josée BLANCHETTE, « L'esprit des fêtes » : *Châtelaine*, décembre 2002, p. 48.

<sup>4</sup> Jean-Yves GIRARD, « Le bonheur est dans les livres » : *Châtelaine*, novembre 2002, p. 64-68.



Par contre, on peut voir dans d'autres exemples que le spirituel associé à la question religieuse peut aussi avoir ses représentations négatives, comme c'est le cas dans 12 articles recensés. Le texte « Si la vie vous intéresse » publié dans la chronique littéraire de Jacques Godbout, dans les pages de *L'actualité*<sup>5</sup>, commente la récente publication de Bernard-Henri Lévy intitulée « Réflexions sur la guerre, le mal et la fin de l'histoire ». Il y est question de la dimension de la profondeur dans la tension s'articulant autour du sens et de l'absurdité et dans la tension entre durée et précarité. « Les damnés de la guerre vivent intégralement dans un monde absurde », souligne le chroniqueur. Alors que l'article évoque des thèmes comme le mal, l'absurdité, la transcendance, il rapporte l'anecdote suivante : « Le jour même où son imprimante lui remettait les dernières pages de ces Réflexions, des terroristes islamistes se suicidaient en faisant s'effondrer les deux tours du World Trade Center ». C'est donc là que l'on retrouve l'aspect retenu comme expression de l'expérience religieuse, une expression essentiellement politique.

Les articles représentant le religieux de façon négative sont cependant trois fois plus nombreux (33 textes) lorsque l'expression de l'expérience religieuse est dissociée de la dimension de la profondeur, comme dans « La bibliothèque assassinée<sup>6</sup> ». Cet article publié dans *L'actualité* revient sur les conséquences, pour la culture persane et mondiale, de la destruction de la bibliothèque Nasser Khosrov par les talibans en Afghanistan. Là encore, les exactions des talibans envers la culture persane sont présentées comme une expression politique de l'expérience religieuse islamiste.

On comprendra d'ailleurs que dans l'ensemble du corpus, l'expression politique d'une dimension religieuse donne rarement lieu à une valeur de représentation positive. Sur 52 textes où l'on relève la présence de cet élément *religieux-politique*, 24 se retrouvent dans des textes où le religieux a valeur négative, parmi lesquels 18 ne comportent pas l'élément de la profondeur. Tandis que parmi les 22 articles où se retrouvent du positif et du négatif (représentation plus nuancée), on en dénote 15 où la dimension de la profondeur est présente aux côtés de l'expérience religieuse à caractère politique. Quant aux valeurs neutres et positives, elles ne représentent au total que

---

<sup>5</sup> Jacques GODBOUT, « Si la vie vous intéresse » : *L'actualité*, 1<sup>er</sup> février 2002, p. 109.

<sup>6</sup> Yves STAVIDÈS, « La bibliothèque assassinée » : *L'actualité*, 1<sup>er</sup> septembre 2002, p. 66 ss.

six articles dans cette catégorie d'articles faisant état d'une expression politique de l'expérience religieuse.

C'est donc dire que la corrélation que l'on observe entre le traitement positif du religieux et la présence d'une dimension de la profondeur se vérifie même dans cette catégorie révélant l'expression politique de l'expérience religieuse. Et, même si de façon générale on remarque que cette catégorie est peu susceptible de donner lieu à une représentation positive, son association à une dimension de la profondeur atténue l'effet de la valeur de représentation négative qu'elle suscite. Alors que nous poursuivrons ici la description des éléments qui se retrouvent dans les articles, retenons tout de même ces observations qui serviront plus tard à une analyse du phénomène.

### **1.1 Articles traitant de l'expression de l'expérience religieuse**

Si l'on veut maintenant saisir précisément de quoi on parle dans les articles où l'on retrouve une expression de l'expérience religieuse, observons plus en détail la répartition des éléments que nous avons recensés dans cette catégorie. Rappelons ici qu'on a pu compiler dans la base de données jusqu'à deux éléments précis de cette catégorie dans chaque article. Au-delà de ce nombre d'éléments différents, nous n'avons compilé que les deux plus importants dans le texte.

Comme nous venons de le voir, l'expression politique de l'expérience religieuse figure dans 52 articles. Bien que ce ne soit pas le type d'expression religieuse le plus représenté dans cette catégorie, notons que c'est celui où la valeur de représentation négative est la plus marquée. C'est également cet élément qui se retrouve évoqué dans la plus grande proportion dans le magazine *L'actualité* qui recèle jusqu'à 87 % des articles qui en font mention. Ces deux données expliqueront donc en partie la propension de ce magazine à accorder une valeur de représentation négative au religieux, étant celui qui l'aborde le plus fréquemment dans son expression politique.

Alors que 217 articles mentionnent au moins une forme d'expression de l'expérience religieuse, elle se retrouve sous la forme la plus représentée d'expression éthique ou culturelle dans 88 articles. Vient ensuite l'expression pratique de l'expérience religieuse dans 77 articles. Puis, dans l'ordre décroissant, on retrouve son expression théorique (55 articles), politique (52 articles), sociologique (33 articles) et historique (17 articles). Si l'on observe sa répartition par magazine, on verra certaines différences

quant au traitement de l'expression de l'expérience religieuse : alors que 50 % des articles recensés dans le magazine *Châtelaine* en font mention, la proportion des articles qui en traite grimpe à 68 % pour *Le Bel âge* et à 74 % de ceux publiés dans *L'actualité*.

Voyons quelques exemples des formes d'expression les plus représentées. D'abord l'expression éthique ou culturelle, qui fait référence à tout ce qui relève de l'adhésion à une culture religieuse quelle qu'elle soit, apportant avec elle son lot de références culturelles, de valeurs morales ou de comportements éthiques socialement admis. Par exemple, la capsule culturelle « Les dix commandements revisités » publiée dans *Le Bel âge*, annonçant la comédie musicale évoquée dans le titre, comporte une référence purement culturelle à la tradition judéo-chrétienne<sup>7</sup>. Dans 39 (44 %) des 88 articles où cet élément est relevé, l'importance relative du religieux est ainsi considérée anecdotique. Cette expression de l'expérience religieuse est surreprésentée dans les magazines *L'actualité* et *Le Bel âge*, et la valeur de représentation du religieux dans les textes où cet élément est présent est très rarement négative (10 textes seulement), mais le plus souvent positive (38 textes).

Pour prendre un autre exemple où, dans ce cas, l'expression culturelle de l'expérience religieuse tient une place prépondérante, la chronique livres de *L'actualité* à l'approche de Noël publie la capsule « C'est la fête! ». Dans ce court texte, Martine Turenne recommande un livre sur Noël qui « rend hommage à la plus importante fête du monde occidental<sup>8</sup> ». Ce texte offre une valeur de représentation du religieux qui comporte du positif et du négatif, en ce qui a trait à la mention du fait que « la fête païenne du solstice d'hiver fut récupérée par l'Église catholique et transformée en nuit de Noël ». On dépeint là un comportement institutionnel laissant poindre une manœuvre quelque peu malhonnête de la part de l'Église. Dans d'autres cas, l'expression de l'expérience religieuse prend une forme plus éthique à proprement parler. C'est ce qui se produit lorsque le prêtre sociologue et théologien Jacques Grand'Maison, dans l'article « J'accuse ma génération », avance ce qui suit : « Peut-être le temps est-il venu de songer à une charte des valeurs communes, des sens premiers de la vie, une charte

---

<sup>7</sup> Marie-Josée LACROIX, « Pêle-mêle : Les dix commandements revisités » : *Le Bel âge*, mars 2003, p. 12.

<sup>8</sup> Martine TURENNE, « C'est la fête! » : *L'actualité*, 15 décembre 2002, p. 120.

définissant au nom de quoi nous voulons vivre et agir ensemble<sup>9</sup> ». Dans ce texte où la valeur de représentation du religieux est surtout positive, la dimension de la profondeur est également présente aux côtés de l'expérience religieuse. Le religieux y occupe en outre une place prépondérante.

Le second élément le plus représenté est l'expression pratique de l'expérience religieuse. Il concerne davantage les gestes, les pratiques des personnes, liés à leur expérience religieuse propre. On trouve dans les 77 articles concernés des expressions religieuses comme la prière, le culte, les fêtes religieuses, les rituels, etc. Le journaliste Jonathan Trudel nous en offre un exemple dans son article « La science dans la peau », traitant de récentes découvertes scientifiques sur les cellules souches. Dans une certaine figure de style, il amorce son article de cette façon : « Des millions de diabétiques, de cardiaques et d'handicapés peuvent brûler un cierge à une obscure prof d'anglais de Calgary maintenant à la retraite<sup>10</sup> ». On voit ici la pratique rituelle du cierge allumé qu'on associe à une expression de l'expérience religieuse quasi universelle. Ailleurs, on retrouve d'autres pratiques associées à l'expérience religieuse comme dans l'article « Sexe, quand les femmes s'en passent » publié dans *Châtelaine*<sup>11</sup>. Dans ce cas, il s'agit de l'abstinence sexuelle comme manifestation de pratique religieuse promue auprès des femmes, au cours de l'histoire, dans diverses traditions confessionnelles. Dans ces deux articles, la valeur de représentation du religieux comporte du positif et du négatif, tout en conférant au religieux une valeur importante, dans le premier cas sous-jacente et dans le second, prépondérante. Notons toutefois que la nette majorité des articles comportant cet élément d'expression pratique de l'expérience religieuse confère au religieux une représentation essentiellement positive. Cet élément se trouve évoqué dans des proportions équivalentes dans les trois magazines observés.

Quant à l'expression théorique de l'expérience religieuse qui se retrouve dans 55 articles, elle concerne surtout la foi, les croyances ou les mythes associés à l'expérience religieuse. Dans une entrevue intimiste avec l'écrivain new-yorkais Paul Auster, Danielle Laurin rapporte la pensée de l'auteur, huit mois après les événements

---

<sup>9</sup> Yan MUCKLE, « J'accuse ma génération » : *L'actualité*, 1<sup>er</sup> juin 2002, p. 19 ss.

<sup>10</sup> Jonathan TRUDEL, « La science dans la peau » : *L'actualité*, 1<sup>er</sup> janvier 2002, p. 28.

<sup>11</sup> Chantal ÉTHIER, « Sexe, quand les femmes s'en passent » : *Châtelaine*, mars 2002, p. 72 ss.

du 11 septembre 2001<sup>12</sup>. Alors qu'on y retrouve en filigrane une dimension de la profondeur s'articulant autour de la tension entre le mystérieux et l'intelligible, le texte conclut sur une citation portant explicitement sur l'expression théorique de l'expérience religieuse. Elle se lit intégralement ainsi :

Les gens ont réfléchi pas mal depuis les attentats. Ils se sont questionnés : qui sommes-nous, en quoi croyons-nous? La plupart en sont venus à la même conclusion : s'il y a quelque chose en quoi nous croyons, c'est la démocratie. Et la démocratie, c'est une foi dans l'individu et la dignité de chaque vie. Chaque vie compte. Mon livre, c'est ça.

On notera qu'il s'agit ici de l'expression d'une foi « laïque », qui est toutefois considérée ici comme faisant partie de l'expérience religieuse telle que l'établit la théorie d'Oser et Gmünder, posant la structure mère religieuse comme possédant un caractère universel<sup>13</sup>. Dans cet article, le religieux occupe une place sous-jacente et sa valeur de représentation y est considérée positive. Cette représentation positive du religieux est d'ailleurs attribuée à 28 des 55 articles comportant l'élément d'expression théorique de l'expérience religieuse, soit dans la majorité d'entre eux.

Dans l'ensemble des articles comportant une expression de l'expérience religieuse, c'est principalement dans les articles où l'on évoque son expression politique ou sociologique que la valeur de représentation du religieux s'avère surtout négative. Ces deux éléments se retrouvent dans 36 des 45 articles où le religieux a valeur surtout négative alors qu'ils recèlent une expression de l'expérience religieuse. Ces renseignements ne sont évidemment pas négligeables dans notre compréhension des phénomènes entourant le traitement du religieux dans les magazines grand public et ils nous serviront plus tard à l'analyse.

## **1.2 Articles traitant de la dimension de la profondeur**

La seconde catégorie la plus représentée est celle de la dimension de la profondeur avec une présence relevée dans 200 articles sur les 326 recensés. Nous appuyant sur différents ouvrages déjà cités, nous avons établi la liste des éléments précisant les divers aspects sous lesquels cette dimension se présente dans les articles.

---

<sup>12</sup> Danielle LAURIN, « Paul Auster intime » : *L'actualité*, 1<sup>er</sup> mai 2002, p. 48 ss.

<sup>13</sup> Fritz OSER, Paul GMÜNDER et Louis RIDEZ, *op. cit.*, p. 88-91.

À l'exception du dernier dans cette liste, ces éléments révèlent avec assez de précision les champs du spirituel couverts autour de sept pôles de tension empruntés à Oser et Gmünder<sup>14</sup>. Le huitième demeure plus vague, mais il englobe en même temps tout cet aspect de la vie des profondeurs décrite par Tillich dans *La dimension oubliée*. À ce titre, l'auteur évoque notamment le sentiment de vide intérieur, celui de l'angoisse, la quête de vérité, le remords, les aspirations morales, etc. Il dira à ce sujet : « L'art et la philosophie modernes ne sont pas religieux au sens strict du terme; mais la question religieuse y est peut-être posée de façon plus radicale, plus pressante que dans ce qu'il est convenu d'appeler la littérature religieuse<sup>15</sup> ». C'est donc à l'usage des éléments de cette nature que nous avons réservé la description identifiée comme « autre dimension de la profondeur selon Tillich » et qui s'avère être la plus souvent relevée dans les articles.

Voici donc la répartition des éléments recensés au chapitre d'une dimension de la profondeur dans les magazines observés. Comme dans la catégorie précédente, nous en avons noté jusqu'à deux par article, dans la base de données, privilégiant les deux plus importants dans le texte. L'élément de « dimension de la profondeur selon Tillich » revient ainsi dans 72 articles. Celui-ci est suivi en fréquence d'apparition, par la « tension entre durée (éternité) et précarité » relevée dans 51 textes; vient ensuite la « tension entre le sens (espérance) et l'absurdité » avec 36 articles. Trois autres pôles de tension se trouvent représentés avec des variations moins marquées, soit celui entre « confiance et peur » dans 29 articles, entre « liberté et dépendance » dans 27 articles, entre « transcendance et immanence » dans 26 articles. Suivent en fin de compte la tension entre « le sacré et le profane » présente dans 21 articles et celle entre « le mystérieux intelligible et l'explicable fonctionnel » retrouvée dans seulement 17 textes.

On remarquera que les deux éléments que l'on retrouve le moins souvent évoqués en termes de dimension de la profondeur sont jusqu'à un certain point parents en ce qui a trait à leur proximité avec l'expérience religieuse comprise au sens traditionnel. La notion du sacré et celle du mystère sont en effet, on en conviendra, pratiquement inhérentes à toutes les traditions religieuses. Incidemment, ce sont les deux seuls éléments de profondeur dont la présence est marquée par une très forte

---

<sup>14</sup> Fritz OSER, Paul GMÜNDER et Louis RIDEZ, *op. cit.*, p. 81-87.

<sup>15</sup> Paul TILLICH, *op. cit.*, p. 57.

surreprésentation dans les textes où l'on retrouve aussi la catégorie de l'expression de l'expérience religieuse. Alors que la concomitance avec la catégorie de l'expression de l'expérience religieuse se situe autour de la moitié des textes où l'on retrouve la dimension de la profondeur (110 sur 200), celle-ci grimpe à plus des trois quarts lorsqu'il s'agit de la tension entre « sacré et profane » (16 textes sur 21) et encore davantage, soit 15 articles sur 17, lorsqu'on est en présence de la tension entre « mystérieux et intelligible ». Malgré le faible poids statistique que ces catégories représentent et qui ne peuvent être considérées dans une perspective scientifique pour cette raison, ces données favoriseront la compréhension de certains aspects du phénomène qui nous intéresse.

Entre autres choses, on peut voir ici que l'expérience religieuse s'associe, de façon générale, à environ la moitié des diverses dimensions de la profondeur, mais qu'elle le sera plus systématiquement s'il s'agit d'une dimension relevant du sacré ou du mystère. En conséquence, on comprendra qu'il est tout aussi aisé, pour un rédacteur de magazine, d'aborder divers sujets à caractère spirituel en les associant ou non à l'expérience religieuse, en autant que ces sujets ne concernent pas le sacré ou le mystère. Le cas échéant d'un sujet spirituel ayant trait au mystère ou au sacré, on aura alors plus de mal à en traiter sans référer explicitement à l'expression d'une expérience religieuse proprement dite.

Si l'on observe leur répartition par magazine, on notera que la dimension de la profondeur se retrouve dans un peu plus de la moitié des textes recensés dans *L'actualité* et dans *Le Bel âge* (respectivement 55 % et 56 %); tandis que pour *Châtelaine*, cette catégorie est présente dans 68 textes sur 87, soit dans 78 % des articles retenus dans ce magazine. Divers exemples d'articles qui décriront mieux les sujets spirituels traités dans les magazines grand public permettront, à ce moment-ci, de saisir plus concrètement ces quelques conclusions.

Débutons avec un exemple illustrant cette dimension particulière de la profondeur où l'on retrouve la tension entre « sacré et profane ». L'article de Pierre Cayouette intitulé « Au pays des robots d'amour » et publié dans *L'actualité* – au même titre que 18 articles sur les 21 qui recèlent cet élément – nous transporte à Kawasaki dans une exposition de robots, où les spécialistes prévoient que les robots seront sous

peu des compagnons de tous les jours<sup>16</sup>. Pour expliquer le respect qui leur est voué, les propos du professeur Atsuno Takanishi évoquent l'animisme à la base de la culture japonaise, ce qui permet de conférer une âme aux choses. « Un robot n'a pas d'âme, bien sûr. Mais pour les Japonais, c'est une organisation, un être à part entière qu'il faut respecter », souligne-t-il. On voit donc ici la tension entre sacré et profane mise en lien avec la tradition animiste des Japonais. Dans ce texte, le religieux occupe une place secondaire et se voit représenté sous une valeur positive.

L'élément de tension entre mystérieux et intelligible se trouve illustré dans l'article « Prière et guérison : un tissu de mensonges? » publié dans *L'actualité*<sup>17</sup>. C'est d'ailleurs aussi dans ce magazine qu'on retrouve la majorité soit 10 des 17 articles qui traitent cet élément du religieux. Ce reportage propose de départager les mythes et les faits à propos des études qui avancent que prier ou méditer stimulerait le système immunitaire et pourrait même guérir cancers et cœurs malades. On y signale, à propos des études actuelles : « Le but de l'exercice n'est pas de crier au miracle ou d'attester l'existence de Dieu [...]. Les effets bénéfiques de la spiritualité ont une explication scientifique ». Le religieux trouve une place prépondérante dans ce texte, avec une valeur de représentation comportant du positif et du négatif.

En poursuivant avec les autres éléments qui définissent la dimension de la profondeur, on a vu que l'élément le plus largement cité est aussi le plus vaste, soit cette « autre dimension de la profondeur selon Tillich ». On peut en observer un exemple dans l'article qui coiffe le dossier sur l'authenticité, publié dans *Châtelaine* : « Être vraie. Rien que la vérité<sup>18</sup> ». On retrouve dans cet article, signé par Lise Ravary, un second élément de profondeur dans la tension entre « liberté et dépendance », que l'on identifie d'ailleurs dans 27 articles. Par son témoignage, l'auteure fait un plaidoyer pour la vérité employée comme moteur dans une quête de liberté. Le thème de la vérité et « le schisme entre la vie que nous menons et nos désirs profonds », assimilés à la dépression, nous apparaissent comme des éléments de profondeur difficilement

---

<sup>16</sup> Pierre CAYOUE, « Au pays des robots d'amour » : *L'actualité*, 15 avril 2002, p. 62 ss.

<sup>17</sup> Danielle STANTON, « Prière et guérison : un tissu de mensonge » : *L'actualité*, 15 septembre 2002, p. 56 ss.

<sup>18</sup> Lise RAVARY, « Être vraie. Rien que la vérité? » : *Châtelaine*, octobre 2002, p. 74-77.



classables parmi les sept couples de pôles mis à notre disposition<sup>19</sup>. Par contre, le thème de la liberté se retrouve bel et bien dans l'un de ces couples en tension. Dans ce texte, le religieux occupe une place prépondérante et la valeur de sa représentation est essentiellement positive.

Le second élément le plus souvent répertorié est celui identifié par la tension entre durée et précarité. Sa présence fréquente n'est pas surprenante puisqu'elle s'applique à tous les articles où il est question de la mort. C'est donc la façon dont on en traitera qui saura indiquer s'il s'agit ou non d'un élément significatif. À cet égard, il est intéressant de noter que sur les 51 articles référant à la tension entre durée et précarité, 29 d'entre eux accordent au religieux une importance prépondérante ou sous-jacente, seulement 9 le présentant de façon anecdotique. Dans le texte « Les chemins du Roy<sup>20</sup> », par exemple, l'auteur interviewe le comédien Roy Dupuis dans une relecture de son parcours d'homme et d'acteur. Ce dernier parle ici de sa relation troublée avec son père : « Mais nous avons planté des arbres ensemble sur ma terre [...]. Il est là, près de moi. Sa mort [en décembre 2002] a clarifié mon rapport à la vie ». Dans cet article, la place du religieux a été estimée sous-jacente et les éléments de la profondeur sont recensés sous différents aspects. La valeur de représentation du religieux s'y trouve plutôt nuancée. Certaines dimensions de la profondeur y sont en effet traduites sous un jour positif: rapport à la vérité, à la mort et à la vie. Roy Dupuis y parlera cependant aussi d'une spirale d'autodestruction, d'un désir inconscient de se rendre laid, et de l'importance découverte plus tard d'être lucide « sans renfort de religion ou de n'importe quel expédient ».

Le troisième élément de la profondeur le plus fréquemment répertorié est celui qui se situe dans la tension entre le sens (l'espérance) et l'absurdité. On le retrouve dans 36 articles. Les articles qui recèlent cet élément accordent majoritairement au religieux une valeur de représentation positive (20 textes) ou nuancée (10 textes) et l'importance relative du religieux y est le plus souvent sous-jacente (15 textes) ou prépondérante (11 textes). Dans une table ronde animée par Anne-Marie Dussault, sur

---

<sup>19</sup> Nous faisons ici référence aux sept couples de pôles empruntés à Oser et Gmünder, *op. cit.*, p. 41 ss. À l'usage, il apparaît qu'un autre couple de tension aurait pu servir à définir la dimension de la profondeur, soit la tension entre « authenticité et adaptation » portant sur la quête de vérité que nous avons classée, à défaut de mieux, dans « autre dimension de la profondeur ».

<sup>20</sup> André DUCHARME, « Les chemins du Roy » : *L'actualité*, 1<sup>er</sup> février 2002, p. 98 ss.

le thème « Quelles valeurs voulons-nous transmettre à nos enfants? », on évoque une société où « l'individualisme côtoie une nouvelle solidarité planétaire [...], les athées vivent aux côtés d'extrémistes religieux ». Dans cet article, la question du sens est abordée par le dramaturge Wajdi Mouawad à propos des idoles des jeunes :

Dédé Fortin était un modèle pour ma génération. Il a représenté le courage, la prise de parole [...] Puis, il s'est planté un couteau dans le plexus... Il y a là quelque chose de très violent et son suicide a été douloureux à vivre pour beaucoup de monde<sup>21</sup>.

Dans ce texte, le religieux trouve une place prépondérante et une valeur de représentation essentiellement positive. C'est aussi l'un des textes où la dimension de la profondeur côtoie l'expression de l'expérience religieuse, notamment dans une section de plus d'une page intitulée en intertitre « La place de la religion et de la spiritualité ». On y aborde la question du déclin de la religion au Québec et son lien avec les valeurs, avec le sens des fêtes religieuses et du partage, etc.

Parmi les différents éléments qui définissent la dimension de la profondeur, on retrouve finalement la tension entre la confiance et la peur présente dans 29 articles. La représentation négative du religieux dans les textes comportant cet élément est quasi inexistante (un seul texte) et la grande majorité de ces articles accordent au religieux une place importante, soit sous-jacente (13) ou prépondérante (7). Dans un article intitulé « La belle démesure de Pierre Lebeau », Julie Stanton brosse le portrait de l'acteur à l'occasion de la sortie du film « Séraphin, un homme et son péché<sup>22</sup> ». Elle le cite, affirmant : « Les êtres humains sont capables de relever beaucoup plus de défis qu'ils le croient. Trop souvent, ils doutent d'eux-mêmes, ne font pas assez confiance à leurs ressources ». C'est là l'un des passages retenus pour la présence d'une tension entre la confiance et la peur. Ailleurs, l'acteur analyse le personnage de Séraphin en signalant : « Considérée à l'époque comme un péché capital, son avarice serait traitée, aujourd'hui, comme une névrose ». Nous avons relevé dans ce passage l'expression de l'expérience religieuse dans ses formes théorique et culturelle. En dépit de ce passage,

---

<sup>21</sup> Véronique ROBERT, « Quelles valeurs voulons-nous transmettre à nos enfants? » : *Châtelaine*, décembre 2002, p. 71-78.

<sup>22</sup> Julie STANTON, « La belle démesure de Pierre Lebeau » : *Le Bel âge*, décembre 2002, p. 18-25.

nous avons considéré que le religieux était représenté dans ce texte de façon surtout positive et qu'il y tenait une place sous-jacente.

Dans la plupart des articles qui comportent l'un ou l'autre des éléments compris dans la dimension de la profondeur, la valeur de représentation du religieux est très marginalement négative, si on les compare aux données de l'ensemble du corpus. Par exemple, alors que la valeur négative représente, dans l'ensemble, 15 % des articles, elle ne compte que pour 13 articles sur 200 dans cette catégorie, soit moins de 7 %. Parmi ces 13 articles, on en dénombre cependant 12 où les éléments qui expriment la profondeur côtoient ceux qui manifestent l'expression de l'expérience religieuse, ce qui constitue une nette surreprésentation. En vérifiant plus précisément les éléments qui définissent ces deux catégories, on y voit tous les éléments représentés dans les articles où le religieux a valeur négative – à l'exception de la tension entre durée et précarité – sans qu'il n'y paraisse de variation notable. Cette observation vient donc accentuer la tendance remarquée jusqu'ici, voulant que la présence d'une expression de l'expérience religieuse augmente les probabilités qu'une valeur de représentation négative soit accordée au religieux dans un article. Par contre, le fait d'associer la profondeur à l'expérience religieuse atténue cette tendance. C'est donc ce qui expliquerait qu'on retrouve proportionnellement la moitié moins de textes où le religieux a une valeur négative parmi ceux qui comportent la dimension de la profondeur, que nous venons d'examiner en quelques pages par de nombreux exemples.

## 2. LES CATÉGORIES SIMPLES QUI SONT *SUJET* OU *OBJET* DE LA RELIGION

À présent que l'on a pu mieux saisir comment se manifestait la présence des deux catégories de sujets religieux les plus représentées dans les articles, nous verrons quels sont les autres sujets dont on traite dans les magazines grand public. Les catégories que nous examinerons à partir de maintenant sont relativement plus simples à observer puisqu'elles exigent une moins grande part d'interprétation lorsqu'on en relève la présence, si on les compare aux catégories décrites précédemment. Pour une compréhension plus générale, on dira qu'elles décrivent des réalités qui sont soit *sujet* ou *objet* de la religion, selon la typologie empruntée à Rivière<sup>23</sup>.

La description qui suit repose d'abord sur la fréquence d'apparition des différentes catégories dans les articles recensés. Puis, pour chaque catégorie, nous

---

<sup>23</sup> Claude RIVIÈRE, *op. cit.*, p. 15.

verrons plus en détail les éléments qui ont été recensés. On pourra également, en cours de description, mettre ces catégories en relation les unes avec les autres ainsi qu'avec les autres observations que nous avons déjà faites jusqu'ici, lorsque cet exercice s'avère pertinent.

Par ordre de fréquence, on voit d'abord la présence de la catégorie « communauté cultuelle » dans 143 articles appartenant au corpus, soit une présence relevée dans 44 % des 326 textes observés. La catégorie suivante parmi les plus recensées est celle décrivant une « personne comme être sacré » qui se retrouve dans 113 textes, soit dans 35 % des articles des différents magazines. Vient ensuite l'évocation d'une « puissance sacrée » dans 91 articles, soit dans 29 % des textes retenus. Dans des proportions moindres, on retrouve le « milieu sacré » dans 59 articles (18 % de l'ensemble) et finalement, les « éléments dits spirituels chez l'être » dans 40 textes (12 % des articles). Les pages qui suivront serviront à décrire à l'aide d'exemples variés la présence de ces différentes catégories ainsi que les éléments précis qui les composent.

## **2. 1 Articles traitant de la catégorie « communauté cultuelle »**

Dans la recension des éléments descriptifs d'une communauté cultuelle, nous avons voulu préciser de quelle communauté il était question dans chaque article. Pour ce faire, une liste de différentes communautés culturelles a été établie, se bonifiant au fur et à mesure de la rencontre de communautés différentes, au long de la lecture des articles. Par la suite, nous avons dû, aux fins de notre classification, ramener ensemble certains éléments qui auraient encore pu être considérés séparément. Par exemple, nous avons regroupé sous l'élément de communauté cultuelle « musulmane » les éléments d'abord recensés comme « islamiste », « taliban », et « musulmans de plusieurs groupes ». La liste finale comporte dix éléments différents, incluant l'élément de communautés « multiples » utilisé dans les nombreux cas où différentes communautés culturelles se trouvent mentionnées dans un même article. Il faut d'ailleurs garder à l'esprit le fait que la fréquence d'apparition des éléments recensés ne tient pas compte de la présence de diverses communautés culturelles sous l'appellation « multiples », mais seulement des articles où la présence de cette communauté est notée de façon exclusive.

Par ordre de fréquence, la communauté culturelle la plus souvent mentionnée de façon exclusive s'avère être la communauté catholique. On trouve mention de cette communauté culturelle dans 40 des 143 articles de cette catégorie. Alors que plus des trois quarts (33) des articles où il est question des catholiques réfèrent aussi à l'expression d'une expérience religieuse, seulement la moitié (19 textes) comporte également une dimension de la profondeur. Ces proportions ne diffèrent guère de celles qu'on remarque pour l'ensemble des textes où il est question des communautés culturelles. Pour ce qui est des expressions de l'expérience religieuse les plus souvent associées à la communauté catholique, ce sont ses expressions pratiques (dans 18 articles) et culturelle ou éthique (dans 14 articles).

La communauté suivante en termes de fréquence d'apparition dans les textes est la communauté musulmane, avec 31 articles où on la retrouve mentionnée exclusivement. C'est la communauté qu'on recense le plus souvent dans les articles où la valeur de représentation du religieux est négative, soit dans 13 des articles où elle figure (suivie par la communauté catholique dans 11 articles). Elle se classe aussi en tête des communautés culturelles dont la mention est associée à l'expression politique de l'expérience religieuse, soit dans 23 articles. D'ailleurs, sur les 55 articles où figure l'expression politique de l'expérience religieuse, 44 établissent un lien avec les communautés culturelles, ce qui nous apparaît somme toute prévisible; cette expression politique a généralement pour protagoniste une organisation d'appartenance religieuse.

Devrions-nous toutefois nous étonner que cette expression politique soit associée exclusivement à la communauté musulmane dans plus de la moitié des cas? Dans 14 autres articles, ce sont des communautés multiples qui sont en cause parmi lesquelles figure aussi, dans la plupart des cas, la communauté musulmane aux côtés des chrétiens ou des juifs. Ce qui laisse à toutes les autres communautés confondues sept articles les associant à une expression politique de l'expérience religieuse. À cet égard, il faut toutefois souligner que la période de publication observée correspond à l'année qui suit immédiatement les attentats du 11 septembre 2001, donnant une dimension particulièrement sensible à toute la question de l'islamisme politique. Ce qui peut surprendre, c'est qu'elle ne soit pas, le plus souvent, présentée en face d'un vis-à-vis religieux, mais plutôt politique ou culturel, soit l'Occident ou l'Amérique.

En ce qui concerne les 35 articles faisant état de communautés cultuelles « multiples », elles concernent le plus souvent les communautés musulmane, chrétienne et juive en interrelation ou simplement en juxtaposition devant un même sujet. C'est d'ailleurs l'élément de communautés multiples qui est le plus souvent représenté lorsqu'il est aussi question de l'expression pratique de l'expérience religieuse (dans 19 articles). C'est aussi celui qui est en tête de peloton en association avec la dimension de la profondeur, alors qu'on note leur présence simultanée dans 21 articles.

En faisant le compte, nous voyons jusqu'ici que 106 des 143 articles de cette catégorie concernent soit les communautés catholique (40), musulmane (31), ou encore une diversité de communautés regroupées sous l'appellation « multiples » (35). Parmi les autres communautés recensées, on trouvera celles regroupées sous l'appellation « chrétienne autre que catholique », qui figurent dans 11 articles. Viennent ensuite les communautés regroupées sous l'appellation « nouveaux mouvements religieux ou ésotérisme », qui trouvent une place dans huit articles. Les communautés dites « de tradition orientale » (bouddhiste, hindoue,...) sont répertoriées dans sept articles, alors que la communauté juive se retrouve évoquée dans six textes. Ce qui laisse une représentation mineure de deux articles aux communautés « traditionnelles ou animistes »; deux articles également mentionnant l'athéisme; et finalement, un seul article pour les « agnostiques ou croyants indéfinis ».

Si l'on fait un portrait d'ensemble des textes où il est question d'une communauté cultuelle, on verra que l'importance relative du religieux ne s'écarte guère des données observées dans l'ensemble du corpus. Une seule variation notable vient du fait que les proportions sont à peu près inversées entre les textes qui lui accordent une importance sous-jacente et ceux où le religieux a une importance prépondérante : dans la présente catégorie, la place prépondérante prend le pas de l'autre avec 29 % des textes (41 articles) contre 18 % pour la place sous-jacente (26 articles). Mis ensemble, les articles qui accordent une valeur importante au religieux constituent toujours environ 47 % des textes de cette catégorie, comparable aux données de l'ensemble du corpus. Quant à ceux qui lui accordent une place secondaire, ils sont au nombre de 30 (21 %), tandis que 46 textes (32 %) accordent au religieux une place anecdotique.

Au plan de la valeur de représentation du religieux cependant, le portrait est tout autre. Par rapport aux données moyennes, on remarque dans cette catégorie une très

nette surreprésentation des textes où le religieux porte une valeur essentiellement négative, soit dans 38 articles (27 %), alors que cette représentation ne compte que pour 15 % de l'ensemble. Dans les textes où le religieux est présenté de façon nuancée (positive et négative), on trouve sensiblement le même écart, soit 44 textes représentant 31 % de cette catégorie contre 19 % pour l'ensemble du corpus. En se tournant vers la valeur de représentation positive, le phénomène se confirme. Alors que dans l'ensemble, le religieux se voit représenté de façon surtout positive dans 46 % des cas, lorsqu'il est question de communautés culturelles, cette proportion chute à 27 % pour 39 articles. L'écart est moins marqué dans la valeur de représentation neutre qui passe de 20 % pour l'ensemble des textes à 15 % pour ceux où l'on traite d'une communauté culturelle, soit dans 22 articles.

Bref, on peut affirmer sans trop risquer de se tromper que si le religieux a plutôt bonne presse dans l'ensemble, c'est loin d'être le cas des religions elles-mêmes. Car en fait, parmi les 50 articles qui accordent au religieux une représentation négative, on y recense la présence d'une communauté culturelle à 38 occasions. C'est donc la catégorie la plus malmenée lorsqu'il s'agit d'identifier les sujets religieux traités de façon négative. Tandis qu'en revanche, les diverses communautés culturelles ne se retrouvent mentionnées que dans 39 textes sur les 151 qui accordent au religieux une représentation essentiellement positive. Autrement dit, pendant qu'un sujet religieux quelconque risque d'être traité de façon positive trois fois plus souvent que de l'être négativement, la communauté culturelle, pour sa part, risque d'être traitée de façon négative aussi souvent que de façon positive.

Des 143 articles traitant des communautés culturelles, 104 se trouvent dans le magazine *L'actualité*, ce qui signifie qu'ils s'y retrouvent près de trois fois sur quatre. Il s'agit de proportions relativement plus élevées que ce que reflète la répartition de l'ensemble des articles, qui situe la part de *L'actualité* à environ 58 %. Ce fait se traduit évidemment par des proportions moindres dans les deux autres magazines, soit 16 articles pour *Châtelaine* et 11 pour *Le Bel âge*.

Ce regard statistique sur la répartition des diverses communautés culturelles dans les articles nous conduit à en étaler quelques exemples significatifs. En commençant par la communauté catholique parce qu'elle est la plus représentée, voyons deux types de textes différents. Le premier accorde au religieux une importance prépondérante et

plutôt négative du religieux dans un texte très court de la rubrique « En commençant par la fin ». Sous le titre « À court de miracles », on rapporte ceci : « Nombre de prétendus miraculés étudiés depuis 120 ans par le Bureau médical de Notre-Dame de Lourdes : 7000. Nombre de miracles officiellement reconnus par l'Église à la suite de ces tests : 120<sup>24</sup> ». Nous avons identifié dans ce texte la présence d'expressions théorique et pratique de l'expérience religieuse ainsi que la tension entre la transcendance et l'immanence.

Dans un autre texte portant sur la prévention du suicide des personnes âgées, un chercheur explique : « La religion, en interdisant strictement de mettre fin à ses jours, a longtemps eu un effet protecteur. Elle disparaît progressivement et la société n'a pas pris le relais<sup>25</sup> ». Comprise dans le contexte culturel québécois, la référence à « la religion » est ici interprétée comme catholique. Dans ce texte où la présence du religieux est globalement considérée comme sous-jacente, sa valeur de représentation est plutôt nuancée. On y décèle la tension entre durée et précarité comme dimension de la profondeur ainsi que les expressions culturelle et pratique de l'expérience religieuse.

Lorsque les communautés culturelles se retrouvent sous l'élément « multiples », on remarque des textes comme « Merguez et sirop d'érable », un reportage sur les immigrants arabes au Canada, principalement installés à Montréal<sup>26</sup>. On y parle entre autres de Zaki Yacoubi, « musulman d'origine marocaine [et de] son épouse, Yasmin, péruvienne et catholique ». L'article semble vouloir valoriser l'intégration réussie de la majorité des Arabes à la société québécoise laïque, de tradition chrétienne. Il s'attarde aussi à dissocier l'amalgame voulant que « arabe égale musulman, qui égale islamiste, qui égale terroriste ». De nombreuses catégories du religieux s'y trouvent représentées, avec une place prépondérante accordée au religieux et une valeur de représentation essentiellement positive. On peut cependant remarquer qu'aucun des textes où la communauté musulmane est mentionnée de façon exclusive ne présente le religieux sous un jour essentiellement positif, comme celui-ci le fait.

---

<sup>24</sup> ----, « À court de miracles » : *L'actualité*, 1<sup>er</sup> janvier 2002, p. 64.

<sup>25</sup> Guy SABOURIN, « Contrer le suicide... pour que cesse la souffrance » : *Le Bel âge*, février 2002, p. 48-54.

<sup>26</sup> Guy TAILLEFER, « Merguez et sirop d'érable » : *L'actualité*, 15 mars 2002, p. 18 ss.



Dans un autre article où se côtoient plusieurs communautés culturelles, l'importance du religieux se trouve prépondérante comme c'est d'ailleurs le cas de 14 de ces 35 articles. Dans « Unies pour la paix », les femmes palestiniennes et israéliennes livrent un même combat pour que cesse la violence au Proche-Orient<sup>27</sup>. On y mentionne d'une part : « Plusieurs blâment l'idée du message divin selon lequel Dieu aurait voulu que ce territoire appartienne aux Juifs comme le véritable obstacle à la paix ». Puis, d'autre part : « Bien que le Coran ne sanctionne pas le suicide, plusieurs chefs religieux du Proche-Orient ont approuvé ces actes et déclaré les kamikazes martyrs ». Dans ce texte où les communautés mentionnées sont juives et musulmanes, on trouve les expressions théoriques ainsi que politique de l'expérience religieuse. Mais on y décèle également des dimensions de la profondeur sous divers aspects. La valeur de représentation du religieux y est estimée nuancée.

Là où la communauté musulmane est considérée seule, nous l'avons vu, la représentation du religieux est plus souvent négative et en aucun cas positive. C'est ce que nous voyons dans le texte d'analyse politique signé Jean Paré sous le titre « Le 11 septembre et la guerre de Trente Ans<sup>28</sup> ». Dans ce texte, l'auteur évoque l'interprétation de George W. Bush de « "l'arc arabo-musulman", une planète sans une seule démocratie : que des monarchies, des dictatures ou des états théocratiques. [...] Incapable de s'exprimer à l'intérieur, l'opposition s'expatrie et fabrique des "fanatiques sans frontières", les fous de Dieu ». Cet article, où le religieux occupe une place secondaire, évoque les expressions culturelle et politique de l'expérience religieuse sous un jour essentiellement négatif.

Ailleurs, on verra une représentation plus nuancée du religieux comme c'est tout de même le cas dans 13 articles où il est question de la communauté musulmane. On le voit dans le portrait que dresse *Châtelaine* de Latifa, une jeune expatriée afghane qui lutte pour la dignité des femmes de son pays<sup>29</sup>. « Elle venait d'entamer sa seizième année quand elle a vu les talibans débarquer à Kaboul en 1996. La guerre, Latifa avait toujours connu ça. Cela ne l'avait pas empêchée de mener jusque-là une vie

---

<sup>27</sup> Sally ARMSTRONG, « Unies pour la paix » : *Châtelaine*, novembre 2002, p. 140-148.

<sup>28</sup> Jean PARÉ, « Le 11 septembre et la guerre de Trente Ans » : *L'actualité*, 15 avril 2002, p. 109.

<sup>29</sup> -----, « Latifa, pour la dignité des femmes afghanes » : *Châtelaine*, avril 2002, p. 84.

qu'elle qualifie d'insouciantes ». Ce portrait s'attaque au mythe de la femme musulmane soumise et aliénée par la religion, tout en critiquant fortement le régime politique des talibans qui a bouleversé l'Afghanistan. La dimension de la profondeur s'exprime ici dans la tension entre liberté et dépendance, alors qu'on y trouve aussi les expressions politique et sociologique de l'expérience religieuse. La place du religieux dans ce texte est estimée sous-jacente.

D'autres communautés culturelles sont évoquées dans une trentaine d'articles recensés. Dans *L'actualité*, une capsule s'attarde à la question « Comment respecter le sabbat lorsqu'on est en orbite autour de la Terre? », alors qu'un astronaute juif pratiquant s'apprête à s'envoler pour une mission de seize jours<sup>30</sup>. Dans un portrait de l'auteure Monique Proulx, la journaliste commente : « Je n'irais pas jusqu'à dire qu'elle est zen, même si des ouvrages de philosophie bouddhiste ont remplacé les Essais de Montaigne sur sa table de chevet<sup>31</sup>. » Puis, on voit aussi la comédienne Rita Lafontaine affirmer dans une entrevue accordée au *Bel âge* : « Tout le monde sait que je m'intéresse à l'astrologie et à l'ésotérisme. Ça me réconforte de croire à la réincarnation<sup>32</sup> ». Si cela devait s'avérer un tant soit peu significatif, on peut noter que les religions apparentées au Nouvel âge se trouvent plus souvent dans des articles où la valeur du religieux est négative (cinq sur huit) alors que celles de traditions orientales sont au contraire dans des textes où le religieux tend vers une représentation positive (quatre sur sept; aucune représentation négative). Quant à la communauté juive, elle s'associe généralement à une représentation neutre ou nuancée du religieux.

La catégorie des communautés culturelles, notamment parce qu'elle est largement associée à l'expérience religieuse dans son sens institutionnel, nous offre donc quelques indications sur le comportement des magazines dans le traitement du religieux. Chose certaine, la combinaison d'une religion institutionnelle avec l'expression politique de l'expérience religieuse n'avantage pas la possibilité d'une représentation positive du religieux. En revanche, l'association d'une dimension de la profondeur, quelle qu'elle soit, aux sujets qui traitent d'une communauté culturelle améliore la perception qui

---

<sup>30</sup> Samuel PRADIER, « Le sabbat en orbite » : *L'actualité*, 1<sup>er</sup> août 2002, p. 15.

<sup>31</sup> Danielle LAURIN, « Une plume au vitriol » : *L'actualité*, 15 avril 2002, p. 100 ss.

<sup>32</sup> -----, « Rita Lafontaine, marraine des 15 ans du *Bel âge* » : *Le Bel âge*, septembre 2002, p. 19-22.

peut être donnée de celle-ci. À l'examen d'autres sujets traités dans les magazines grand public en 2002, nous pourrions vérifier si cette tendance s'avère constante et dans quelle mesure il sera possible de la considérer d'un point de vue scientifique.

## **2.2 Articles traitant de la catégorie « personne comme être sacré »**

La catégorie qui identifie la présence d'une « personne comme être sacré » fait référence à toutes les fonctions d'ordre religieux ou spirituel dans les sociétés humaines. Dans tous les cas, les éléments ont été identifiés sans égard à la dénomination religieuse. Par exemple, on a relevé la présence d'un chef spirituel, qu'il s'agisse du Pape, du dalaï-lama ou d'un Mollah musulman. Les prêtres, imams et rabbins ont été recensés comme un seul et même élément, et ainsi de suite. Comme pour la catégorie précédente, nous avons ménagé la possibilité de noter sous l'élément « multiples » la présence de plusieurs personnes considérées comme des êtres sacrés différents lorsque cela s'est présenté dans certains textes.

Nous avons donc recensé 113 articles présentant cette catégorie de sujet religieux dans son contenu. Leur répartition s'établit comme suit : l'élément « prêtre, imam, rabbin » est le plus représenté dans 33 textes (29 % de cette catégorie), suivi par celui de « chef spirituel » relevé dans 22 textes (20 % des êtres sacrés). L'élément identifié comme « saint, martyr, héros » vient en troisième lieu avec une présence relevée dans 18 articles (16 %), alors qu'on retrouve une présence de « multiples » personnes considérées comme êtres sacrés dans 13 textes, soit près de 12 % de cette catégorie. Suivent, dans l'ordre, les « religieux ou religieuses » (11 articles), les « personnages mythiques ou bibliques » (10 articles) et enfin les « sorciers, chamans ou fées » recensés dans 6 articles.

Lorsqu'on observe la répartition de ces personnages en fonction de la valeur de représentation du religieux dans l'article, on verra une forte tendance à trouver les chefs spirituels là où le religieux a valeur surtout négative, soit dans 9 cas sur 22. Ils y côtoient aussi les « prêtres, imams, rabbins » qui se retrouvent là où le religieux a valeur négative dans 11 cas sur 33. À eux deux, ces éléments identifiant une personne comme être sacré représentent près des trois quarts de ceux qui se trouvent présentés sous un jour négatif, alors qu'ils ne figurent que pour la moitié des éléments de cette catégorie. Autrement dit, une personne qui occupe une fonction de chef spirituel ou de figure hiérarchique dans une institution religieuse se voit plus volontiers associée à une

représentation négative du religieux que toute autre personne comprise comme être sacré.

On verra par contre qu'il est encore plus difficile pour un chef spirituel d'accéder à une représentation positive (seulement 3 cas sur 22) que ce ne l'est pour un prêtre, un imam ou un rabbin (12 cas de représentation positive sur 33). Le cas de ces derniers est assez intéressant puisqu'ils se retrouvent presque également partagés dans les articles où le religieux a valeur positive (12), négative (11) ou nuancée et neutre regroupées (10). Pourtant, dans l'ensemble de cette catégorie, la représentation positive demeure la plus marquée, alors qu'elle est associée à 45 articles, soit 40 % des textes où l'on retrouve cette catégorie de sujets, ce qui s'avère plutôt cohérent avec la représentation du religieux dans l'ensemble du corpus. Les éléments identifiant une personne comme être sacré que l'on retrouve proportionnellement plus souvent dans les articles où le religieux a valeur positive sont les « sorciers, chamans ou fées » (5 sur 6), les « saints, martyrs ou héros » (12 sur 18) ainsi que les « personnages mythiques ou bibliques » (6 sur 10). Évidemment, la nature même de ces êtres peut tendre vers des représentations positives de façon assez naturelle, si l'on considère la valeur intrinsèquement associée à un héros ou à un personnage mythique.

On notera que la catégorie des personnes comme être sacré se retrouve principalement dans des textes où le religieux occupe une place prépondérante, dans 39 cas sur 113. Si on y additionne ceux qui confèrent au religieux une importance sous-jacente, on arrive à un total de 47 % des textes de cette catégorie – un total comparable à celui qu'on trouverait dans l'ensemble du corpus. On retrouve une répartition tout aussi comparable à l'ensemble dans les textes où le religieux a valeur anecdotique ou secondaire. On remarquera cependant que cette catégorie se trouve surreprésentée dans les textes de *L'actualité* qui recèle environ 72 % de ses occurrences (en comparaison, on trouve 54 % de l'ensemble des textes dans ce magazine) et, de ce fait, légèrement sous-représentée dans les deux autres magazines. Examinons de plus près comment cette catégorie se trouve effectivement représentée dans les textes.

L'élément le plus représenté dans cette catégorie désigne, pour ainsi dire, une figure hiérarchique au sein d'une institution religieuse donnée que l'on a identifiée par le groupe d'éléments « prêtre, imam, rabbin ». Quelques-uns des textes recensés donnent la parole à une personnalité publique dans sa fonction sacerdotale. C'est le cas de

deux articles publiés respectivement dans *Le Bel âge* et dans *Châtelaine* : un mot du cardinal Jean-Claude Turcotte à l'occasion des 15 ans du *Bel âge*<sup>33</sup> et la chronique « Plaisirs » où le Cardinal étale un peu de sa vision de Noël<sup>34</sup>. Dans certains autres cas, la fonction de prêtre est associée à une personne – pour l'identifier ou le qualifier socialement, par exemple – sans que cette fonction religieuse ne s'avère particulièrement significative dans le texte. Par exemple, Frank Fiorito écrira : « Jeune, Armand Rainville rêvait d'être prêtre. Il a ensuite caressé l'idée d'enseigner. Peut-être est-ce son âme missionnaire et ses qualités de pédagogue qui en font un leader apprécié de ses 153 employés<sup>35</sup> ».

Dans d'autres exemples, la fonction religieuse devient véritablement le sujet de l'article. C'est le cas du texte déjà cité et intitulé « Robes noires en sursis<sup>36</sup> » ainsi que du sondage qui porte sur le même sujet, la pédophilie dans le clergé catholique<sup>37</sup>, publié deux mois plus tard. Quelques capsules de *L'actualité* s'attardent au sacerdoce des femmes dans l'Église anglicane. Nous avons aussi cité la capsule intitulée « Pour imams égarés » publiée sous la rubrique « En commençant par la fin<sup>38</sup> ». Dans tous ces différents exemples, on ne peut honnêtement déceler de constante en ce qui concerne l'association de cet élément, soit avec une dimension de la profondeur ou avec la valeur de représentation du religieux. Les traits de cet élément semblent véritablement partagés comme en témoigne le partage pratiquement égal des représentations positive, négative et nuancée ou neutre qu'il affiche.

Comme chef spirituel cité dans *L'actualité*, on trouve notamment la mention de Raël dans un article publié dans le cadre de la chronique souvenir soulignant les 25 ans du magazine. Dans « La médecine abracadabra », Louise Gendron critique l'usage accru des techniques à saveur ésotérique, telles le toucher thérapeutique et la thérapie

---

<sup>33</sup> -----, « *Le Bel âge* a 15 ans. Mgr Jean-Claude Turcotte » : *Le Bel âge*, septembre 2002, p. 22.

<sup>34</sup> -----, « Notre homme. Monseigneur Jean-Claude Turcotte » : *Châtelaine*, décembre 2002, p. 20.

<sup>35</sup> Frank FIORITO, « Ascenseur vers les profits » : *L'actualité*, 15 juin 2002, p. 67 ss.

<sup>36</sup> Voir texte et note en p. 56.

<sup>37</sup> -----, « Clergé : la loi du silence » : *L'actualité*, 1<sup>er</sup> décembre 2002, p. 15.

<sup>38</sup> Voir texte et note en p. 47.

des cristaux dans les institutions médicales québécoises. « L'ordre des psychologues du Québec, qui compte quelques membres raëliens (les disciples de Raël croient que l'espèce humaine a été créée par les extraterrestres), a dû préciser officiellement que la régression dans les vies antérieures n'est pas une thérapie reconnue<sup>39</sup> ». Cet article présente le religieux sous un jour essentiellement négatif et lui accorde une importance prépondérante. La mention d'un chef religieux s'y retrouve cependant de façon plutôt anecdotique, ce qui n'est pas pris en compte dans l'annotation du texte.

On a déjà relevé, dans cette recherche, la publication d'un court article sur les vêtements sacerdotaux griffés du pape Jean-Paul II<sup>40</sup>. Pas moins de sept textes recensés dans *L'actualité* abordent la personne comme être sacré par le biais de ce type d'anecdote bouclée en quelques lignes au sujet du pape Jean-Paul II. Dans d'autres cas, il s'agira de la mention d'une fonction à titre général comme dans ce texte qui évoque une nostalgie remarquée dans le monde arabo-musulman, « à l'égard d'un âge d'or, que certains associent au règne des califes<sup>41</sup> ». Ou encore d'une citation de sagesse populaire, « une phrase qu'on attribue au dalaï-lama<sup>42</sup> ». On notera donc que, même si on en parle souvent, on ne rencontre apparemment aucune situation où l'on donnerait la parole aux chefs spirituels dans les articles recensés. Lorsqu'il en est fait mention, c'est généralement pour soulever des détails assez peu significatifs en soi, du moins relativement à la fonction qui leur est propre, d'une façon que l'on pourrait considérer somme toute assez dérisoire.

Sur ce point, il est aussi pertinent de remarquer que l'année 2002 est celle où les Journées mondiales de la Jeunesse se sont tenues au Canada, à Toronto, en présence du pape Jean-Paul II et qu'il n'en est aucunement question dans les magazines observés. Cet événement d'envergure internationale a rassemblé 800 000 personnes lors de la célébration de clôture et fait converger des jeunes, essentiellement catholiques, de tous les continents vers la métropole canadienne. Une brève recherche dans le site de *MacLean's magazine*, la publication sœur de *L'actualité* chez Rogers,

---

<sup>39</sup> Louise GENDRON, « La médecine abracadabra » : *L'actualité*, 1<sup>er</sup> juin 2002, p. 104 (cet article était publié une première fois, à l'origine, 15 novembre 1995).

<sup>40</sup> Voir texte et note en p. 29.

<sup>41</sup> Pierre NADEAU, « L'Occident est-il le salut de l'islam? » : *L'actualité*, 15 mars 2002, p. 14 ss.

<sup>42</sup> Sylvie HALPERN, « Danger, terrain miné » : *Châtelaine*, octobre 2002, p. 99-102.

pour le Canada anglais, nous apprend que le sujet a été abordé sous différents angles dans pas moins de quatre articles en 2002 seulement<sup>43</sup>. Une simple question de proximité géographique ou une perception différente de l'importance de la chose dans le public? La couverture médiatique quotidienne de ce rassemblement important combiné à une visite du pape Jean-Paul II a cependant été d'une importance notable dans les journaux nationaux ainsi que sur les chaînes télévisées, au Québec comme ailleurs. Le fait que le magazine *L'actualité* l'ait ignoré relève-t-il d'une pratique éditoriale délibérée devant le fait religieux ou est-il plutôt attribuable à une simple gestion des priorités qui s'appliquerait d'une façon différente – distinction culturelle oblige – devant les événements? C'est là le genre de question qui pourrait être éclairée par une démarche d'entrevues avec les responsables éditoriaux des médias grand public qui nous intéressent, mais que les limites de cette recherche ne nous permettent pas de réaliser.

Si nous passons à l'élément suivant en termes de fréquence d'apparition, nous arrivons à un groupe d'éléments traités de façon généralement plus positive, soit celui comprenant les « saints, martyrs, héros ». Sur les 18 articles qui font mention de ces éléments, au moins 6 le font en attribuant des qualités de sainteté ou d'héroïsme à des figures publiques, voire en les comparant à des saints. C'est ce qu'on retrouve dans l'article de *Châtelaine* intitulé « Ingrid Bétancourt, la Jeanne d'Arc des temps modernes » faisant le portrait élogieux de cette résistante colombienne qui milite au péril de sa vie pour une véritable démocratie<sup>44</sup>. Son association à la figure de Jeanne d'Arc confère au religieux une valeur essentiellement positive dans un article où l'importance relative du religieux est estimée secondaire. On y note toutefois la présence d'une dimension de la profondeur comme c'est le cas des deux tiers (12 articles) des textes où il est question de ce groupe d'éléments.

Pour citer quelques autres exemples, notons « Les colères de saint Bruce » où un militant pour l'environnement et la justice, l'artiste canadien Bruce Cockburn, se voit gratifié d'une valeur de sainteté. On trouvera aussi parmi ces articles quelques chroniques littéraires comme celle où l'on retrouve ces deux capsules, l'une sous le titre

---

<sup>43</sup> Les résultats obtenus sur le moteur de recherche du site montrent huit articles incluant la mention « World Youth Day », dont quatre publiés en 2002. L'adresse Internet pour effectuer la recherche est : <http://search.macleans.ca>.

<sup>44</sup> -----, « Ingrid Bétancourt, la Jeanne d'Arc des temps modernes » : *Châtelaine*, avril 2002, p. 88.

« Saints en folie » et cette autre intitulée « Remontons le temps », qui présentent des livres abordant des histoires de saints, imaginaires ou historiques par ailleurs<sup>45</sup>. Dans un autre texte intitulé « Le gâchis du Proche-Orient », la mention « du djihad islamique ou des martyrs d'al-Aqsa » confère au religieux une importance anecdotique et une valeur de représentation négative<sup>46</sup>.

Parmi les articles où l'on retrouve plus d'un élément identifiant une « personne comme être sacré », plusieurs ont déjà été cités. On pense notamment à l'article « Sexe, quand les femmes s'en passent<sup>47</sup> » ainsi qu'à « Unies pour la paix<sup>48</sup> ». Remarquons cet autre article publié dans *Châtelaine* où il est également question de multiples communautés cultuelles : « Elles ont choisi l'islam<sup>49</sup> ». Ce reportage cite en entrevue plusieurs femmes québécoises, qui sont devenues musulmanes au cours de leur vie adulte, et mentionne au passage des personnes identifiées comme prêtres, saints ou imams. Cet article, couvrant huit pages, recèle de nombreux autres éléments appartenant aux catégories du religieux et confère au sujet une importance prépondérante ainsi qu'une valeur de représentation surtout positive.

Pour ce qui est des autres éléments de cette catégorie, nous n'en citerons que quelques exemples rapidement. On trouve notamment la présence de sorciers et chamans dans des articles à saveur touristique comme « La ville qui ne devrait pas exister<sup>50</sup> » décrivant un périple à la Nouvelle-Orléans, ou encore « Le Mexique autrement<sup>51</sup> », une invitation au voyage. On trouve la mention « religieux ou religieuse » lorsque Hélène Tremblay raconte : « Je suis partie pour la Bolivie [le premier pays qu'elle a visité] comme un moine qui entre au monastère, en n'emportant que

---

<sup>45</sup> COLLECTIF, « Beaux livres. Emballants! » : *L'actualité*, 15 décembre 2002, p. 120.

<sup>46</sup> Carole BEAULIEU, « Le gâchis du Proche-Orient » : *L'actualité*, 1<sup>er</sup> mai 2002, p. 9.

<sup>47</sup> Chantal ÉTHIER, *op. cit.* Voir texte et note en page 50.

<sup>48</sup> Sally ARMSTRONG, *op. cit.* Voir texte et note en page 63.

<sup>49</sup> Sylvie HALPERN, « Elles ont choisi l'islam » : *Châtelaine*, octobre 2002, p. 128-136.

<sup>50</sup> Guillaume VIGNEAULT, « La ville qui ne devrait pas exister » : *L'actualité*, 15 octobre 2002, p. 86 ss.

<sup>51</sup> Hélène PÂQUET, « Le Mexique autrement » : *Châtelaine*, mars 2002, p. 156 ss.



deux valises<sup>52</sup> ». Et finalement, les personnages mythiques ou bibliques se trouvent dans des passages comme celui-ci décrivant une scène en plein air où l'on joue, à l'occasion du samedi saint, « les principaux chapitres de la vie du Christ, la rencontre avec la Samaritaine, le sermon sur la montagne, la dernière cène, etc. [...près] de 400 figurants deviennent qui un apôtre, qui un soldat romain<sup>53</sup> ».

Bref, à la lumière de ces exemples, on remarquera que ce n'est généralement pas la présence des personnes comme être sacré qui, en soi, confère une grande importance au religieux dans un texte. À preuve, sur 113 articles comportant la catégorie « personne comme être sacré », une soixantaine d'entre eux confèrent au religieux une importance secondaire (23) ou anecdotique (37), ce qui est somme toute assez consistant avec les proportions de l'ensemble du corpus à cet égard. Par contre, lorsque les personnes comme être sacré se trouvent dans un article où le religieux a une valeur prépondérante, dans tous les cas à l'exception d'un seul (38 textes sur 39), c'est qu'on y retrouve aussi l'expression d'une expérience religieuse. Pour ce qui est de la dimension de la profondeur, elle y est associée dans 27 articles, soit dans plus des deux tiers de ceux de cette catégorie où le religieux a une valeur prépondérante. On peut en conclure que le fait qu'une personne comme être sacré (prêtre, saint, chef spirituel ou autre) soit publiquement exposée dans les magazines ne signifie pas qu'on accordera au religieux une importance notable dans le traitement d'un sujet. Par contre, si cette personne – par son discours, son agir ou sa fonction – est associée à une expérience religieuse, c'est alors que le religieux prendra davantage d'importance.

On peut faire la preuve de cette tendance par le contraire. On observera alors que dans les 21 cas où il y a présence d'une personne comme être sacré, mais où l'expérience religieuse est absente du texte, l'importance relative du religieux sera anecdotique dans 12 textes, secondaire dans 6, sous-jacente dans 2 articles et prépondérante dans 1 seul. Cette tendance qui fait de l'importance du religieux un corollaire de l'expression d'une expérience religieuse est toutefois inopérante si on tente de l'appliquer à l'ensemble du corpus. C'est donc dire que l'expression d'une expérience

---

<sup>52</sup> Marie-Ève COUSINEAU, « Une femme du monde... entier! » : *L'actualité*, 1<sup>er</sup> novembre 2002, p. 116 ss.

<sup>53</sup> Nathalie DE GRANDMONT, « Pâques dans le sud de l'Espagne » : *Le Bel âge*, mars 2002, p. 116-126.

religieuse favorise nettement l'importance que l'on accorde au religieux surtout lorsqu'il est question, dans un article, d'une personne comme être sacré.

Il est possible de pousser plus finement l'analyse même si les nombres deviennent dans ce cas assez peu recevables scientifiquement. Mais le phénomène n'en est pas moins intéressant. On pourra alors observer que, si l'article traitant d'une personne comme être sacré décrit une expression de l'expérience religieuse et qu'il comporte par surcroît la dimension de la profondeur, non seulement le religieux aura-il plus de chances d'être traité avec plus d'importance, mais sa valeur de représentation sera plus susceptible d'être positive que négative. La tendance observée dans ce cas montre un rapport du simple au double en faveur de la représentation positive. En cas d'absence d'une dimension de la profondeur – ce qui ne s'est observé que dans 11 articles sur une possibilité de 39 – c'est le rapport inverse qui se manifeste. Si notre objectif était de faire une démonstration sans équivoque de cette tendance, il faudrait alors reprendre l'exercice en nous concentrant sur cette catégorie particulière du religieux avec un plus vaste échantillonnage (plus étalé dans le temps ou comportant plus de médias), afin de vérifier si les rapports se maintiennent dans les mêmes circonstances. Mais le nombre d'articles concernés est ici trop faible pour faire de ces chiffres un argument scientifiquement acceptable. Quoi qu'il en soit, loin de contredire la tendance généralement observée qui semble favoriser la représentation du religieux lorsqu'un article inclut une dimension de la profondeur, ces remarques en attestent la valeur même dans des sous-groupes où le religieux est autrement moins favorisé.

### **2.3 Articles traitant de la catégorie « puissance sacrée »**

La dernière catégorie qui sera examinée ici de façon aussi détaillée, parce qu'elle est présente dans une quantité significative de textes, est celle de la puissance sacrée. On la retrouve nommée sous différentes formes dans 90 articles représentant environ 28 % de l'ensemble du corpus. Dans cette catégorie, trois éléments se trouvent pratiquement nez à nez pour identifier la présence de ce sujet, soit l'élément compris dans le groupe « Dieu, Yahvé, Allah » recensé dans 22 articles, celui compris dans le groupe « une valeur ultime (beau, bien, vérité) » présent dans 21 textes, l'autre étant compris dans le groupe « Église, institution religieuse » noté dans 20 articles. Les articles où l'on retrouve différentes puissances sacrées identifiées comptent pour les neuf articles recensés avec l'élément « multiples ». Ce qui laisse aux autres éléments de

cette catégorie un nombre d'apparitions assez peu signifiant, soit six occurrences pour le groupe « le mal (Satan, démon) », et quatre chacun pour les éléments « Christ, Jésus », « une divinité orientale (Bouddha, Vishnu) » et « une puissance traditionnelle (éléments, grands esprits, objets sacrés) ».

Les articles qui évoquent cette catégorie spécifique du religieux sont légèrement surreprésentés parmi les textes où le religieux a valeur négative, ce qui est le cas de 20 articles (22 % de cette catégorie contre 15 % pour l'ensemble du corpus). Même phénomène pour les articles où le religieux a une valeur de représentation nuancée, soit dans 22 articles (24 % de cette catégorie comparativement à 18 % pour l'ensemble du corpus). Les articles incluant des éléments de cette catégorie accordant au religieux une valeur positive sont au nombre de 38 (43 %, donc assez comparable à l'ensemble) et ceux où il a valeur neutre comptent pour seulement 10 textes, ce qui est plutôt faible par rapport au ratio de l'ensemble (11 % contre 20 % dans l'ensemble).

Les éléments qui se retrouvent dans des articles où le religieux a valeur positive sont plus souvent de l'ordre de la valeur ultime (dans 18 articles) ou du dieu des grandes religions monothéistes (dans 10 articles). Ce dernier élément se retrouve aussi dans des articles où il a une valeur nuancée à six occasions. Quant à l'élément identifié comme institution religieuse, il se retrouve dans huit articles où le religieux a une valeur essentiellement négative et dans huit autres où il a une valeur nuancée, comportant du positif et du négatif. Au plan de l'importance relative du religieux associé à ces éléments, il y a peu à signaler si ce n'est que l'élément valeur ultime se retrouve davantage dans les articles où le religieux a une importance sous-jacente (à 11 reprises). Quant à l'élément du groupe « Dieu, Allah, Yahvé », il se retrouve principalement dans des articles où le religieux a valeur prépondérante (dans huit articles), mais aussi là où le religieux a une valeur anecdotique (dans six textes). Si l'on devait ajouter à cela la figure de Christ ou Jésus, qui a été compilée séparément, on verrait que trois des articles qui concernent cet élément (sur quatre seulement) ont accordé au religieux une valeur anecdotique.

Voyons par quelques exemples de quelle façon les magazines traitent des éléments compris dans la catégorie puissance sacrée. D'abord, cette capsule publiée dans la chronique « Plaisirs » de *Châtelaine* concernant la récente parution du guide de

croissance personnelle « Organisez votre vie pour mieux la vivre<sup>54</sup> ». On y rapporte que « [le] comédien Mandy Patinkin dit de l'auteure que Dieu l'avait certainement embauchée pour gérer la création ». Cette référence biblique a été également comprise comme une expression culturelle de l'expérience religieuse. D'autres éléments du religieux sont présents dans ce court texte comme « la gourou » (qualité d'être sacré attribuée à l'auteure), « le besoin profond d'avoir une vie marquée par l'abondance » (dimension de la profondeur). On a estimé que le religieux avait une valeur essentiellement positive dans ce texte, ainsi qu'une importance secondaire.

Dans un article qui fait le portrait controversé de Shazia Mirza, une humoriste musulmane britannique, celle-ci déclare : « C'est parce que ma foi en Dieu est grande que je suis capable d'en rire<sup>55</sup> », cette citation étant accompagnée d'une description de la pratique religieuse qu'elle observe en tant que musulmane. Cet article accorde au religieux une importance prépondérante et une valeur de représentation nuancée, puisqu'on y évoque aussi le radicalisme de certains coreligionnaires qui tentent de faire taire cette femme d'origine pakistanaise. À cet égard, c'est l'expression sociologique de l'expérience religieuse qui est identifiée, car il s'agit d'une situation où le rôle public de cette artiste, en tant que femme musulmane, est en jeu.

Les articles où l'on retrouve l'élément de valeur ultime sont partagés entre *Le Bel âge* et *L'actualité* pratiquement à parts égales. On verra donc un exemple tiré de chacun de ces magazines en commençant par *Le Bel âge*. Dans son billet du mois de mai, l'éditrice Francine Tremblay rend hommage à une amie décédée<sup>56</sup>. Dans ce billet où s'articule la tension entre la durée et la précarité, une valeur ultime donne le ton et c'est « sa vie<sup>57</sup> ». « En me disant de profiter de ma vie, Marie me rappelait que nous n'avons pas le droit de gaspiller un seul jour, une seule heure de ce bien si précieux », écrit-elle. Le religieux – surtout exprimé comme dimension de la profondeur – a une importance prépondérante dans cet article et une valeur de représentation positive.

---

<sup>54</sup> L. R. (Lise Ravary?), « La gourou du mois » : *Châtelaine*, octobre 2002, p. 28.

<sup>55</sup> Jean-François BÉGIN, « L'humour musulman, c'est du sérieux! » : *L'actualité*, 1<sup>er</sup> mars 2002, p. 70 ss.

<sup>56</sup> Francine TREMBLAY « Merci, Marie! » : *Le Bel âge*, mai 2002, p. 6.

<sup>57</sup> L'auteure met en gras l'article possessif par opposition à « la vie » en général.

Dans une entrevue avec le philosophe américain Francis Fukuyama, *L'actualité* pose d'emblée les valeurs ultimes que compromettent les conséquences de la révolution biotechnique : « Comment préserverons-nous les idéaux d'égalité des droits et de démocratie si des êtres disposent de cerveaux améliorés par la génétique ou la neuropharmacologie?<sup>58</sup> ». Là encore, la dimension de la profondeur est présente dans l'article, ce qui est le cas de 17 textes sur les 21 qui recèlent cet élément. C'est d'ailleurs avec l'élément de valeur ultime qu'on retrouve la plus grande proportion de coexistence d'éléments concernant la profondeur et la puissance sacrée. Ils se classent ainsi juste devant les articles qui concernent Dieu, Yahvé ou Allah où, dans 16 cas sur 22, on retrouve aussi la dimension de la profondeur. Ces deux éléments sont incidemment ceux de la catégorie puissance sacrée que l'on retrouvera le plus souvent dans les articles où le religieux a une valeur positive.

Quant à l'institution religieuse en tant que puissance sacrée, elle concerne l'Église catholique dans au moins 11 des 20 textes qui abordent cet élément. Pratiquement tous ces textes se trouvent dans *L'actualité*, à l'exception d'un seul. Dans la moitié des cas, il s'agit d'une capsule de quelques lignes. Par exemple, celle-ci rapportant : « L'Église anglicane permet l'ordination des femmes », ou encore « Galilée réhabilité par le Vatican 360 ans après son procès<sup>59</sup> », capsules publiées dans la page commémorative des 25 ans de *L'actualité*. Dans cette même page, un extrait d'entrevue sous la plume de Michel Arseneault commence ainsi : « Parce qu'il cherchait à renverser "le seul gouvernement catholique de l'Amérique du Nord", Georges-Henri Lévesque a été dénoncé au Vatican!<sup>60</sup> ». Le reste de l'entretien n'est pas que négatif envers le religieux, lui accordant donc une valeur de représentation nuancée.

D'autres institutions religieuses sont évoquées comme puissance sacrée, dont l'Église de Jésus-Christ des saints des derniers jours<sup>61</sup> et l'islam. Dans le cas de cette

---

<sup>58</sup> Antoine ROBITAILLE, « Le déclin de l'empire homo sapiens » : *L'actualité*, 1<sup>er</sup> décembre 2002, p. 18 ss.

<sup>59</sup> -----, « Les 25 ans de *L'actualité*. 1992 » : *L'actualité*, 15 avril 2002, p. 93.

<sup>60</sup> Michel ARSENEAULT, « Au nom du père et de la Révolution tranquille » : *L'actualité*, 15 avril 2002 (L'article original était publié le 15 décembre 1992), p. 93.

<sup>61</sup> Catherine CANO, *op. cit.* Voir texte et note en page 25.

dernière, on trouve par exemple un article de deux pages publié en décembre 2002 où il est écrit : « Une nuit, trois mois, un an... Chez les musulmans chiites, il est possible de se marier "temporairement". Avec la bénédiction de l'islam<sup>62</sup> ». Les deux textes évoqués ici accordent au religieux une importance prépondérante, et ce, avec une vision nettement institutionnelle des choses. Le cas de l'Église des mormons est présenté de façon surtout négative tandis que celui des musulmans chiites est plutôt nuancé. Dans les deux cas, l'institution religieuse est investie de pouvoirs importants sur les personnes et sur les événements comme c'est le cas d'ailleurs des articles cités dans le paragraphe précédent.

Au passage, on pourrait s'étonner de constater que l'un des articles où l'on retrouve la figure du « mal », sous les traits de Lucifer, accorde pourtant au religieux une valeur essentiellement positive<sup>63</sup>. En fait, la catégorie de puissance sacrée ne joue qu'un rôle accessoire dans cet entretien en conférant à l'auteur Luc Plamondon le rôle du tentateur lorsqu'il propose à la chanteuse Lulu Hughes un rôle dans *Starmania*. Le religieux y occupe tout de même une place sous-jacente. Ce qui prend le haut du pavé dans ce texte, ce sont les confidences de la chanteuse, empreintes d'une dimension de la profondeur : « Ça paraît pas, mais j'ai un côté très spirituel ». Ses réflexions sur sa quête de sens à la vie et sur son choix radical en faveur de l'authenticité ensèrent cette déclaration.

Ce qu'il est possible de remarquer pour l'ensemble des textes de cette catégorie, c'est la facilité plus marquée pour les magazines d'établir une relation entre la puissance sacrée et l'expression de l'expérience religieuse, qu'entre la même catégorie du religieux et la dimension de la profondeur. Par exemple, lorsqu'on examine la répartition des textes qui comprennent une dimension de la profondeur, celle-ci varie de façon à peine perceptible selon qu'il y ait ou non dans l'article la présence d'une puissance sacrée. Par contre, si l'on observe la répartition des textes qui évoquent l'expression d'une expérience religieuse, on remarque un bond de plus de 21 % dans les articles où l'on traite d'une puissance sacrée par rapport à ceux qui n'en traitent pas. Et qui plus est, en l'absence d'une puissance sacrée dans le texte, les proportions de la répartition des textes traitant d'une dimension de la profondeur et de ceux traitant d'une expression de

---

<sup>62</sup> Katia JARJOURA, « Islam. Drôles d'épousailles! » : *L'actualité*, 15 décembre 2002, p. 88 ss.

<sup>63</sup> Jean-Yves GIRARD, « Lulu Hughes. La bombe » : *Châtelaine*, octobre 2002, p. 68-72.

l'expérience religieuse sont identiques : 60 % en traitent, 40 % n'en traitent pas. Mais lorsqu'une puissance sacrée est évoquée dans le texte, alors que la proportion des articles qui traitent de la dimension de la profondeur ne bouge pratiquement pas (une variation de moins de 6 %), celle des articles qui traitent d'une expression de l'expérience religieuse grimpe à 82 %.

Que peut-on lire dans ce phénomène? Possiblement que la puissance sacrée est, dans la réalité perçue par les artisans des magazines, davantage liée à ce qui est du domaine des « religions concrètes » qu'à celui qui concerne « la vie en profondeur ». La puissance sacrée est peut-être plus aisément perçue comme une donnée extérieure, voire étrangère à l'être humain, une entité plus strictement religieuse que spirituelle, dans une relation à l'être humain plus sociologique qu'anthropologique. En ce sens, l'expérience des croyants, du moins chez les chrétiens, qui fait de l'expérience religieuse une relation personnelle avec Dieu, passera difficilement la rampe de l'espace public. Nous touchons ici une piste de réflexion qui servira plus loin à l'analyse en cours des phénomènes qui touchent le traitement du religieux dans les médias grand public.

#### **2.4 Articles traitant d'un « milieu sacré » ou d'un « élément dit spirituel chez l'être »**

Après avoir décrit en détail les observations relatives à la présence du religieux dans les catégories les plus représentées, il reste à voir ce que l'on retrouve encore dans les magazines au sujet des deux dernières catégories, bien que dans des proportions moindres. Il s'agira ici de faire une description assez succincte de la présence du religieux lorsque sont évoquées les catégories du *milieu sacré receleur de forces* et des *éléments dits spirituels chez l'être*. L'évocation d'un milieu sacré a été relevée dans 59 articles (18 % des textes du corpus) tandis que les éléments spirituels ont été mentionnés dans 40 articles (12 % des textes).

La catégorie du milieu sacré concerne, par exemple, les églises, les synagogues ou les mosquées, ce groupe d'éléments étant le plus représenté avec 32 occurrences; ce groupe se retrouve ainsi dans 54 % des textes de cette catégorie. Viennent ensuite les éléments définis comme lieu géographique ou terre physique qu'on trouve dans 15 articles; il s'agira parfois de Jérusalem, de La Mecque, du Vatican ou d'une terre sacrée. Le « milieu sacré » suivant en termes de fréquence est celui regroupé sous le vocable « livre saint ». Dans ce cas particulier, une hésitation s'est présentée quant à inclure cet élément dans la catégorie « puissance sacrée » ou dans celle-ci, « milieu

sacré ». La faible représentation de cet élément qui pourrait désigner, soit la Bible, le Coran, la Torah ou tout autre livre sacré pour une communauté culturelle en particulier ne change que très peu le résultat de l'analyse, qu'il ait été considéré comme de l'une ou l'autre catégorie, puisqu'on ne le retrouve mentionné que dans sept articles. Le paradis est mentionné quant à lui trois fois, et nous retrouvons la présence de multiples milieux sacrés dans deux articles seulement.

En ce qui concerne la dernière catégorie qu'il nous reste à voir, on a considéré comme des « éléments dits spirituels chez l'être » des sujets tels que l'âme, l'aura, le don, l'esprit ainsi que l'intériorité ou la conscience. La répartition de sa présence dans les 40 articles du corpus où l'on a relevé cette catégorie se lit comme suit : 19 articles mentionnent l'âme, 16 l'intériorité ou la conscience. Il est ensuite question de l'aura dans trois textes, d'un don dans un article et de l'esprit dans un autre texte. On comprendra, vu la nature de cette catégorie, qu'elle soit associée dans une très forte proportion des textes à la dimension de la profondeur, ce qui est le cas dans 33 des 40 articles de cette catégorie. Son association à l'expression de l'expérience religieuse se présente dans 23 articles. Dans 60 % des cas (24 textes), les articles de cette catégorie accordent au religieux une valeur de représentation positive. Seulement trois articles y accordent une valeur essentiellement négative, les autres y accordant une valeur neutre dans six textes ou nuancée dans sept textes.

Dans le cas de la catégorie du milieu sacré, là encore, la nature des éléments qui l'identifient permet aisément de comprendre qu'elle soit le plus souvent associée à une expression de l'expérience religieuse. Cette situation se présente dans 49 des 59 textes de cette catégorie. Alors qu'en revanche, on voit cette catégorie associée à la dimension de la profondeur dans seulement 24 articles. Dans le cas de cette catégorie, la valeur de représentation accordée au religieux est positive dans 24 articles également, ce qui représente 40 % des textes de cette catégorie. Le religieux est traité de façon essentiellement négative dans 10 articles de cette catégorie, alors qu'on lui confère une valeur plutôt nuancée dans 13 articles et neutre dans 12 textes.

Les milieux sacrés les plus fréquemment évoqués sont reliés à la notion du temple dans diverses religions. Par exemple, dans un texte qui compare les différents services funéraires et leurs frais afférents, on rapporte l'expérience de Johanne Lambert : « Elle a contacté les responsables de l'église pour le service, organisé



l'exposition [...]»<sup>64</sup>. Dans cet article, le religieux a une importance anecdotique et une valeur neutre. Pour prendre un autre exemple, *Châtelaine* rapporte les propos du chanteur Luck Merville à l'occasion du lancement d'un album : « Au lendemain du 11 septembre, tout le monde était dans les églises. Mais ce n'est pas en allant à l'église que les choses vont s'arranger. C'est à nous de régler nos problèmes<sup>65</sup> ». Ici, on a attribué au religieux une importance sous-jacente et une valeur de représentation plutôt négative. Dans « La mine aux emmerdes », Michel Arseneault rapporte la controverse entourant la découverte, au Kenya, d'un gisement de titane enfoui sous une forêt sacrée<sup>66</sup>; il s'agit là de l'élément identifié comme « lieu géographique ». Dans cet article le religieux est secondaire et a une valeur nuancée.

Les éléments dits spirituels chez l'être sont parfois décrits avec différents vocables qui, en fait, identifient la même réalité. C'est ce qu'on constate en observant, après coup, les articles qui concernent des éléments descriptifs de cette catégorie. En effet, qu'on parle de l'âme, de l'esprit ou de la dimension spirituelle d'une personne, cela renvoie souvent à la même notion dans les textes. C'est pourquoi leur différenciation est plutôt insignifiante ici, surtout si l'on considère le faible nombre d'articles que cela implique. Par exemple, lorsque *Le Bel âge* décrit le soin thérapeutique *watsu*, on dira qu'il s'agit d'un « soin qui touche aussi l'intérieur », qui « fait du bien tant au corps qu'à l'esprit<sup>67</sup> ». Dans un article portant sur les droits des animaux faisant la couverture de *L'actualité*, on attribue à la tradition biblique catholique la division philosophique entre l'animal et l'homme, « seul être doué d'émotions, de raison et de conscience<sup>68</sup> ». Dans les deux cas, l'importance relative du religieux dans ces articles est considérée sous-jacente, tandis que sa valeur de représentation est surtout positive dans le premier et nuancée dans le second.

En somme, ces deux catégories montrent peu d'évidences que nous n'ayons déjà observées avec les autres sujets religieux dont il est question dans les articles de

---

<sup>64</sup> Jean-François PARENT, « Mourir, la belle affaire » : *L'actualité*, 1<sup>er</sup> novembre 2002, p. 71 ss.

<sup>65</sup> Monique ROY, « Les croisades de Luck Merville » : *Châtelaine*, juin 2002, p. 28.

<sup>66</sup> Miche ARSENEAULT, « La mine aux emmerdes » : *L'actualité*, 15 mai 2002, p. 50 ss.

<sup>67</sup> Maryse GUÉNETTE, « Le watsu. Un soin qui touche aussi l'intérieur » : *Le Bel âge*, p. 38-40.

<sup>68</sup> Louise GENDRON, « Les animaux ont-ils des droits ? » : *L'actualité*, 1<sup>er</sup> juillet 2002, p. 22 ss.

magazines. Encore une fois, une certaine tendance lourde se confirme à l'effet que les questions relatives à la dimension de la profondeur aient des chances supérieures d'être traitées sous un jour positif, comparativement à celles qui traitent des religions concrètes et de leurs différentes expressions. Les divers éléments de cette catégorie sont rarement traités isolément d'autres sujets appartenant aux catégories du religieux. En conséquence, la valeur qui est accordée au religieux dans les articles où ils sont présents n'est pas seulement attribuable à la représentation qu'on a de ceux-ci, mais de l'ensemble des catégories du religieux traitées dans chaque article.

### **3. VUE D'ENSEMBLE SUR LE TRAITEMENT DU RELIGIEUX SOUS L'ANGLE DES SUJETS TRAITÉS**

Les exemples de sujets traités appartenant aux catégories du religieux sont nombreux et variés. On l'a vu, il ne semble pas y avoir de valeur absolue accordée à tel sujet ou à tel autre, mais plutôt des tendances qui influencent le traitement du religieux selon la façon dont chaque sujet est abordé. Les catégories les plus simples du religieux qui sont soit sujet ou objet de la religion s'associent, selon le cas, plus facilement à une expression de l'expérience religieuse ou à une dimension de la profondeur; mais elles s'associent aussi parfois aux deux simultanément. Et ce sont surtout les catégories plus complexes du religieux - dimension de la profondeur ou expression de l'expérience religieuse – qui, par leur présence ou leur absence, influent davantage sur la valeur de représentation qu'on accorde au religieux dans un texte.

La tendance qui est observée de façon assez soutenue révèle que lorsque les sujets sont abordés avec une dimension de la profondeur, le religieux est beaucoup plus susceptible d'être traité de façon essentiellement positive. On remarque en outre que pour les sujets traités de façon à mettre surtout en évidence une expression de l'expérience religieuse, à l'exclusion d'une dimension de la profondeur, la tendance vers une représentation essentiellement négative du religieux augmente de façon marquée. En revanche, la présence d'une dimension de la profondeur, dans les articles qui traitent aussi d'une expression de l'expérience religieuse, atténue cette tendance d'une manière assez prononcée. L'association d'une dimension de la profondeur aux diverses expressions de l'expérience religieuse entraîne une répartition plus équilibrée entre les articles qui accordent au religieux une valeur positive, négative, neutre ou nuancée. Cela se vérifie même avec les catégories de sujets qui sont généralement plus « malmenés » dans le traitement qu'appliquent les magazines comme c'est le cas, par

exemple, des personnes qui occupent une fonction hiérarchique dans les diverses communautés culturelles.

Certaines particularités de traitement peuvent être remarquées selon les sujets. Par exemple, nous avons vu que *L'actualité* traitait plus fréquemment que les autres magazines de l'expression politique de l'expérience religieuse et des communautés culturelles; que parmi ces dernières, la communauté musulmane n'est jamais représentée seule dans des articles où le religieux a une valeur positive; que l'expression de l'expérience religieuse est le plus souvent abordée sous un angle culturel ou éthique; que le magazine *Châtelaine* aborde le religieux avec une dimension de la profondeur dans près de quatre textes sur cinq, alors que les autres magazines n'y réfèrent qu'une fois sur deux; qu'on a très souvent traité du religieux en 2002, en rapport avec « l'après 11 septembre 2001 », mais jamais avec le rassemblement des Journées mondiales de la jeunesse à Toronto.

Toutes ces observations, et d'autres encore, peuvent alimenter la compréhension que nous avons des phénomènes qui entourent le traitement du religieux dans les magazines grand public au Québec. Et c'est leur mise en relation les unes avec les autres, ainsi que leur analyse éclairée par des lectures pertinentes qui nous permettront de tirer certaines conclusions générales à l'issue de cette recherche. Voilà donc ce qui sera esquissé dans le prochain chapitre, dans le but de dégager une piste de sens aux interrelations complexes entre les médias, la société et le religieux comme donnée d'une réalité socialement construite.

## CHAPITRE 4

### LES PHÉNOMÈNES OBSERVÉS DANS LES MAGAZINES : UN SENS À DONNER?

La lecture d'articles et la compilation des données qui les concernent, leur analyse quantitative et qualitative ainsi que l'étalage de nombreux exemples nous ont permis jusqu'ici de prendre acte du portrait global du religieux, tel qu'on en a traité dans les magazines grand public au Québec, en 2002. Nous verrons ici un survol des principales tendances observées dans les deux chapitres qui ont précédé. Celles-ci nous serviront de base à la compréhension des phénomènes qui régissent le trio société, médias et religieux. Puis le sens dégagé de cet essai sur le traitement du religieux dans les magazines sera confronté aux questions actuelles concernant la sécularisation et le retour du spirituel dans la société québécoise contemporaine.

#### 1. REGARD SUR LES PRINCIPALES TENDANCES OBSERVÉES : ESSAI DE COMPRÉHENSION

Selon ce que nous avons recensé dans les magazines, la présence notable du religieux dans le contenu des médias québécois ne peut être niée. Il serait donc inadéquat, voire faux, de parler d'absence du religieux dans cette portion de la sphère publique. On constate en effet que, sans aucune exception, chaque numéro des trois magazines parmi les plus largement diffusés au Québec<sup>1</sup> fait état du religieux dans un nombre moyen d'articles qui oscille entre quatre et neuf, selon le magazine en question. De plus, une fois qu'on a modulé cette fréquence en fonction de l'importance relative accordée au religieux dans ces articles, on retrouve toujours plus de trois articles par numéro accordant au religieux une importance prépondérante ou sous-jacente dans l'ensemble du système médiatique qui nous intéresse.

Alors que d'aucuns décrivent l'absence de religieux dans les médias, il nous paraît utile de recommander qu'on vérifie avec quelle lorgnette ceux-ci les observent. Si, par exemple, l'observateur se place d'un point de vue intéressé à l'apologie médiatisée d'une religion en particulier, ou encore à la proposition d'une vision du monde conforme

---

<sup>1</sup> Notons ici que nous n'avons pas retenu le magazine d'intérêt général affichant le plus grand tirage selon le PMB, *Sélection du Reader's Digest*, en raison du fait qu'il est édité par une filiale d'une société américaine (cf. RABOY, *op. cit.* p. 13) et que son contenu provient en grande partie de l'extérieur du Québec. Cela étant dit, la connaissance que nous avons de ce magazine nous permet de croire que la présence du religieux n'y aurait pas été moindre que celle observée dans les revues choisies.

aux préceptes de cette religion, peu s'en faut pour qu'il soit déçu des médias. Car si le religieux est une donnée à laquelle les médias semblent plutôt sympathiques dans l'ensemble, des nuances s'imposent lorsqu'on en arrive à traiter des religions en tant qu'institutions. Et l'on ne verra pas les magazines que nous avons étudiés s'investir de la mission de cautionner l'une plus que l'autre; toutes les religions institutionnelles seront soumises à l'approche critique des médias. Cela est manifeste surtout lorsqu'elles sont associées à certaines expressions de l'expérience religieuse, à ses expressions politiques et sociologiques en l'occurrence<sup>2</sup>.

Judith Buddenbaum rapporte à ce sujet une étude réalisée en 1994 dans le but de découvrir les perceptions de diverses églises chrétiennes en Amérique du Nord à l'égard des médias. Les répondants étaient des leaders de leur Église, et on y a noté de leur part une vision plutôt antagoniste des médias perçus comme « ignorant et dénigrant la religion ainsi que son importance pour de nombreuses personnes et pour la société<sup>3</sup> ». On pourrait voir ici la confirmation d'une guerre des cultures dans l'affrontement entre la perception des uns, qui sont les détenteurs de *l'agenda religieux* et la pratique des autres, qui sont les responsables de la mise en oeuvre d'un *agenda médiatique*. Mais cette auteure estime, après étude des positions officielles des Églises chrétiennes (catholiques, de tradition protestante, et fondamentalistes chrétiennes) face aux médias, qu'il faut aussi considérer la culture chrétienne autrement que comme un bloc monolithique. Nous ajoutons que la même vigilance est certainement de mise pour ce qui est des autres grandes religions et de leurs diverses dénominations. Autant leurs positions officielles respectives peuvent diverger, autant les perceptions et convictions de leurs membres peuvent se traduire différemment. C'est pourquoi elle conclut :

Le fait d'accorder trop d'importance à l'idée d'une guerre entre la religion et les médias en tant que manifestation de la sécularisation est à tout le moins partiellement biaisé. [citant le sociologue Robert Wuthnow] Une telle guerre se joue tout autant entre les tenants de diverses

---

<sup>2</sup> Voir **Tableau IX** illustrant la valeur de représentation du religieux en fonction de la présence d'une expression de l'expérience religieuse dans les articles.

<sup>3</sup> Traduction libre de Judith M. BUDDENBAUM, « *Christian perspectives on Mass Media* », dans : Daniel A. Stout et al., *op. cit.*, p. 82.

interprétations religieuses et positions morales qu'entre la religion et le monde sécularisé<sup>4</sup>.

Après l'observation minutieuse de trois magazines grand public appartenant selon nous à un même système médiatique, force est de constater qu'on ne trouve pas là non plus une pratique éditoriale de type monolithique face au religieux. Chacun semble y aller de ses priorités d'affaires ou de ses options éditoriales, s'adressant à des lectorats ciblés avec des critères différents, ce qui donne à chacun une couleur particulière. Mais surtout, on traite globalement le religieux avec une perspective différente en fonction du sujet particulier qui est en traitement. Et c'est ici que l'on peut voir à l'œuvre un combat comparable à celui décrit plus haut au sujet des appartenances chrétiennes, articulé cette fois entre les tenants de diverses interprétations religieuses et positions morales, au sein même d'un système médiatique.

Nous avons vu en effet que les questions proprement liées à l'expression d'une religion instituée amènent une tendance à une représentation moins positive du religieux. Tandis qu'au contraire, tout ce qui est relatif à la dimension de la profondeur ou au champ plus spirituel donne lieu au phénomène contraire. Nous avons aussi remarqué que si le religieux a plutôt bonne presse dans l'ensemble, ce n'est pas toujours le cas des religions elles-mêmes qui sont dépeintes de façon nettement plus négative lorsqu'il est question des communautés cultuelles, par exemple, ou des figures hiérarchiques au sein d'une religion donnée. Le fait qu'on traite d'une expression politique ou sociologique de l'expérience religieuse donne aussi lieu à une représentation négative du religieux dans de plus grandes proportions que pour les autres expressions, et cela concerne surtout la communauté musulmane dans le premier cas ou une fonction relative au sacerdoce dans le second. Mais, même en ces domaines, si une dimension de la profondeur est recensée dans l'article, la tendance à une représentation essentiellement négative sera largement amoindrie.

Devant ce phénomène, on peut supposer que les magazines affichent probablement le reflet de perceptions et comportements dont les manifestations sont autant sociologiques que médiatiques. Nous voyons là une expression de ce que

---

<sup>4</sup> *Ibid.*, p. 91.

Richard Bergeron a identifié comme un modèle de « gérance du religieux<sup>5</sup> », activé par une certaine dynamique de marché. « La sécularité [*sic*] a relégué la religion dans l'existence individuelle. Mais le religieux s'est échappé de la sphère privée pour réinvestir la culture et la société devenues séculières<sup>6</sup> ». Bien que l'on ne puisse nier la présence du religieux dans la sphère publique, la porte d'entrée qu'il emprunte n'est plus la même qu'à l'époque d'une certaine chrétienté. D'où, peut-être, la critique des intervenants religieux; s'ils ne trouvent pas satisfaction dans le traitement du religieux, c'est que les institutions et leurs représentants ne sont plus, dans cette dynamique, les détenteurs du sceau de l'authenticité en matière de religieux.

Ainsi, libérée de toute mainmise institutionnelle dans une société séculière et pluraliste, la régulation du religieux dans le marché des croyances obéit à de nouveaux critères qui ne sont pas, selon Bergeron, dépourvus de logique, mais qui ont en commun de s'exercer en mode subjectif. Empruntant à Raymond Lemieux<sup>7</sup> des critères susceptibles d'être appliqués par les individus dans le marché des croyances, il cite la référence à *l'utilité*, à *l'expérience*<sup>8</sup> et au *bon sens*. Ces critères se retrouvent-ils à l'œuvre dans le traitement qu'appliquent au religieux les magazines recensés? C'est une hypothèse fort plausible. Cela expliquerait en partie que des catégories de sujet fortement empreintes d'une connotation institutionnelle soient en quelque sorte désavantagées par le traitement médiatique, mais qu'en même temps elles bénéficient de la présence avantageuse d'une dimension de la profondeur. La représentation des religions bénéficierait ainsi de la régulation subjective du religieux lorsque des *expériences* de vérité, de liberté ou de confiance y sont associées; quand les dogmes ou préceptes des religions sont mis en perspectives par le *bon sens* de témoins touchés par l'espérance et la transcendance; ou lorsque la pratique religieuse s'avère d'une certaine *utilité* dans la réalisation de l'être au-delà de son caractère mystérieux ou sacré. « Une véritable régulation sociale du religieux se met ainsi en place. Pour être accepté

---

<sup>5</sup> Richard BERGERON, *op. cit.*, p. 141-145.

<sup>6</sup> *Ibid.*, p. 141.

<sup>7</sup> Raymond LEMIEUX, « Croyances et incroyances : une économie du sens commun », dans : A. Charron, R. Lemieux, Y. R. Thérioux (dir.), *Croyances et incroyances au Québec*, Montréal, Fides, 1992, p. 46; cité par Richard BERGERON, *ibid.*, p. 144.

<sup>8</sup> Au sens ici d'expérimentation personnelle éprouvée par un sujet.

légitimement, un produit religieux doit être utile, susceptible d'être expérimenté et avoir du "bon sens"<sup>9</sup> ».

Mais voilà qu'en admettant un mode de régulation du religieux qui soit subjectif, la question du sujet se pose. Car, lorsqu'il s'agit de médias traitant du religieux, nous ne sommes plus devant le fait d'individus autonomes construisant leur propre système de croyances et de valeurs. L'observation que nous avons mise en œuvre porte sur des organismes complexes où, à l'intérieur du système médiatique, nous retrouvons des magazines particuliers au sein desquels agissent des intérêts propriétaires, des leaderships éditoriaux théoriquement indépendants des précédents, des pratiques journalistiques individuelles, le tout soumis à la rétroaction des lectorats. Sans chercher précisément à établir des distinctions entre magazines, certaines évidences se sont imposées en cours d'observation. Parfois, des comportements éditoriaux ont suscité des pistes d'explication difficilement vérifiables dans le cadre de cette recherche. Mais puisque nous les avons relevées, tentons de voir comment le *sujet* – et quel *sujet*? – entre en jeu dans les tendances que chaque magazine applique au traitement du religieux.

Nous avons en effet remarqué que les thèmes dont la représentation tend davantage à être négative (communauté culturelle, personne comme être sacrée, expressions sociologique et politique de l'expérience religieuse) sont répertoriés dans des proportions significativement plus grandes dans le magazine *L'actualité*. Par contre, le magazine *Châtelaine* cède beaucoup plus souvent la place à l'une ou l'autre des dimensions de la profondeur, qui tendent à être traitées plus positivement; on les retrouve dans plus des trois quarts des articles retenus dans ce magazine, mais dans seulement un peu plus de la moitié de ceux de *L'actualité* ou du *Bel âge*. En conséquence, ce magazine traitera du religieux sous un jour positif beaucoup plus souvent que *L'actualité*. Cependant, même lorsqu'il s'agit d'articles où l'on traite du religieux institutionnel, souvent répertoriés sous la catégorie d'expression de l'expérience religieuse, les écarts entre les magazines se maintiennent concernant la valeur de représentation du religieux. Cela pourrait notamment s'expliquer par le fait que *Châtelaine* associe plus souvent une dimension de la profondeur à ces diverses manifestations instituées des religions. Quant au magazine *Le Bel âge*, sa très forte

---

<sup>9</sup> Richard BERGERON, *ibid.*, p. 145.



tendance à accorder une valeur positive au religieux – et pratiquement jamais une valeur négative – ne déroge pas de sa pratique avec la majorité des sujets qu'il traite de façon plutôt légère et peu critique. Que comprendre de ces phénomènes?

Pour répondre à cette question, il faut d'abord voir les particularités du système médiatique en question. Nous avons vu que ce système se définissait par sa fonction globale<sup>10</sup>. Dans le cas des magazines, celle-ci réside dans sa capacité à créer des lectorats commercialement intéressants pour les annonceurs; pour ce faire, ils devront assurer un niveau de contenu satisfaisant pour des groupes ciblés en fonction de leurs revenus, intérêts et habitudes de consommation. En conséquence, chaque magazine inclus dans cette recherche vise une clientèle cible distincte l'une de l'autre; mais il faut savoir que les contours de ces clientèles s'interpénètrent grâce aux habitudes de lecture des Canadiens qui ne se contentent pas d'une seule source d'information voire, dans le cas des magazines, de lecture de détente. Dans le cas de cette recherche, nous ne savons pas quelle proportion des lecteurs de *L'actualité* lisent aussi *Le Bel âge*, ni combien parmi les personnes qui lisent *Châtelaine* vont également vers l'un ou l'autre des magazines précédents pour s'informer et se divertir. Chose certaine, ils y trouvent des représentations sensiblement différentes du religieux, des représentations complémentaires si on les envisage dans le système médiatique comme composantes de la construction sociale de la réalité.

Or, parmi les faits intéressant à noter, reconnaissons d'abord que *L'actualité* et *Châtelaine* sont, en 2002, tous deux propriétés de la maison d'édition Maclean Hunter, filiale du groupe Rogers Communications. Quant au magazine *Le Bel âge*, il appartient alors à la maison Les Éditions Transcontinentales, du Groupe Transcontinental G.T.C. La fondation des magazines est parfois antérieure à leur acquisition par leur propriétaire effectif en 2002. À titre d'exemple, mentionnons que Rogers a acheté la maison Maclean Hunter en 1994, alors que *L'actualité* en était en 2002 à sa 25<sup>e</sup> année de publication et que *Châtelaine* a été fondé en 1960. Quant au magazine *Le Bel âge* qui a été fondé en 1987, Transcontinental en a fait l'acquisition en 1988 en devenant actionnaire majoritaire des Éditions du Feu vert. Dans ce contexte, les divergences éditoriales marquées dans le traitement du religieux entre les magazines *Châtelaine* et *L'actualité*, appartenant

---

<sup>10</sup> Jean-Michel SAILLANT, *op. cit.*, p. 61.

pourtant au même groupe, ou même encore ce qui a été relevé au sujet de la Journée mondiale de la jeunesse (événement traité à plusieurs reprises dans *Maclean magazine* et non dans *L'actualité*, du même groupe également), nous éclairent quelque peu. L'observation d'un autre magazine du groupe Transcontinental (*Coup de pouce*, *Capital Santé et Elle Québec* en sont) aurait été intéressante en ce sens, afin de vérifier si des écarts similaires existent avec *Le Bel âge*. Selon notre analyse, il s'avère tout de même peu probable que le sujet appliquant la régulation sociale du religieux dans ce système médiatique se situe au niveau de la propriété. En revanche, il est clair que l'intérêt des propriétaires est de maximiser le rendement du véhicule publicitaire qu'est le magazine auprès de son lectorat, et que ce fait ne manque sûrement pas de faire pression sur la rédaction. On ne s'étonnera d'ailleurs pas de cet intérêt de la part des actionnaires si l'on considère qu'une pleine page de publicité vaut 16 990 \$ dans *L'actualité*, 6 840 \$ dans *Le Bel âge* et 15 340 \$ dans *Châtelaine*<sup>11</sup>. À ce sujet, Raboy rapporte qu'en 1994-1995, les profits réalisés par les 377 titres de périodiques recensés au Québec s'élevaient à 29 millions de dollars, étant ainsi quatre fois supérieurs aux profits qu'ils génèrent dix ans plus tôt.

Devant ces faits, la question qui demeure quant à la régulation du religieux dans le marché des valeurs circulant dans les magazines est à savoir comment elle s'opère. Qui, des personnes qui exercent le leadership éditorial, des journalistes, des producteurs de contenus (relationnistes et autres fournisseurs d'information) ou des lecteurs sont les principaux acteurs de la construction sociale de la réalité religieuse à laquelle participent ces médias? Et avec quels intérêts? On est facilement porté à accorder à un média une personnalité propre, des opinions, un peu comme s'il s'agissait d'une personne autonome. Tel média est de gauche, tel autre est conservateur, tandis que celui-ci est fédéraliste; est-il possible que nous ayons affaire à des tendances idéologiques relativement au religieux dans les magazines? Cette question ne sera peut-être pas élucidée ici, mais voyons quelques pistes qui peuvent faire avancer notre compréhension du phénomène.

D'abord, il y a la dynamique complexe du système médiatique au sein duquel un objectif de premier plan serait la connaissance des récepteurs potentiels. Cela s'avère

---

<sup>11</sup> Tirés des cartes de tarif en vigueur en 2005, les données de 2002 n'étant plus disponibles.

être pour une simple et bonne raison, explique Jean-Michel Saillant : « La notion d'information, c'est-à-dire la matière première du message, [...] a la double particularité d'intégrer le caractère explicite de nouveauté, par rapport à l'existant du récepteur, et de participer au champ implicite culturel de son existence<sup>12</sup> » Autrement dit, en s'adressant au public cible qui lui est propre, le magazine (ou tout autre média) doit savoir très précisément situer son message au-delà de la redondance (lorsque le message ne comporte pas d'information ou de nouveauté), mais sans dépasser le seuil de « l'acceptation des récepteurs potentiels qui sont des acheteurs<sup>13</sup> ». Dans cet ordre d'idée, la connaissance très précise de son auditoire est aussi essentielle au fonctionnement de la rédaction qu'à celui du département des placements publicitaires. À cet égard, il suffit de jeter un coup d'œil aux dossiers médias des différents magazines<sup>14</sup> pour comprendre l'importance que chacun accorde aux spécificités - surtout économiques - de son lectorat pour les promouvoir auprès des annonceurs. Mais les éditeurs ne s'arrêtent pas là : pour des raisons apparentées mais, peut-être aussi différentes, les rédactions cherchent à cerner leurs lecteurs d'une façon qui paraît être de plus en plus pointue, et ce, dans le but de leur rendre le reflet le mieux adapté possible à leur vision du monde. Ainsi, « la concurrence que se font les titres pour se positionner comme bons supports publicitaires [...] les conduit à explorer toujours plus l'audience potentielle et à constituer des lectorats toujours plus finement différenciés (psychologiquement et culturellement)<sup>15</sup> ».

Cela s'illustre notamment par l'expérience que mène le magazine *Châtelaine* et son site Web avec l'instauration d'une table ronde virtuelle « mis[e] sur pied pour s'assurer qu'ils correspondent à ce que vous attendez d'eux<sup>16</sup> ». À partir des commentaires mensuels des lectrices qui s'y inscrivent, le service de recherche transmet leurs préférences aux responsables de la rédaction qui en tiendront compte dans l'élaboration des contenus. Dans le document esquissant son profil rédactionnel,

---

<sup>12</sup> Jean-Michel SAILLANT, *op. cit.*, p. 63.

<sup>13</sup> *Ibid.*, p. 71.

<sup>14</sup> Disponibles en annexe, les données sont celles que fournissent les magazines en 2005.

<sup>15</sup> J.-P. MARHUENDA, *art. cit.*, p. 1039.

<sup>16</sup> Voir le Formulaire d'inscription à la Table ronde de *Châtelaine* tiré du site Web, en annexe.

*L'actualité* conclut que « en fin de compte, c'est l'appréciation des lecteurs qui constitue le principal baromètre du succès d'un magazine » soulignant le fait que, pour certains, ce magazine illustre « ce qu'est le Québec d'aujourd'hui<sup>17</sup> ». Le mandat du magazine *Le Bel âge*, lui, est défini comme une « information utile axée sur les besoins et le mode de vie des 50 ans et plus<sup>18</sup> ». C'est donc sans exception que les médias s'annoncent comme un véhicule de contenus cherchant à plaire, à satisfaire ceux qui les lisent et, sans doute, à séduire ceux qui ne les lisent pas encore. Pour ce faire, chacun use de sa propre stratégie.

Est-ce à dire que les différences qu'affichent les magazines dans le traitement du religieux ne visent qu'à correspondre de la façon la plus fidèle possible au lectorat concerné? Pour une certaine part, cette hypothèse pourrait s'avérer; mais elle ne saurait tout expliquer. Le fait d'accorder un crédit démesuré à cette proposition reviendrait à conclure que le lectorat de *L'actualité*, décrit comme étant composé à parts égales d'hommes et des femmes dont l'âge médian est de 40 ans « plus instruits, plus riches, plus dynamiques et plus indépendants [...] consommateurs avertis [et] leaders dans leur communauté » entretient un rapport homogène de rupture avec le fait religieux institué. Que *Le Bel âge*, qui valorise pour sa part les caractéristiques économiques et culturelles des personnes de 50 ans et plus en tant que marché incontournable, s'adresse à un public au contraire d'une complaisance peu nuancée face aux questions religieuses. Pourtant, « il n'y a pas de lectorat pur, homogène », signale Marhuenda qui remet en cause l'analyse fonctionnaliste des médias :

L'acceptation d'une offre de presse, l'achat d'un titre et sa lecture régulière peuvent certes indiquer une relative proximité de vues ou une certaine communauté d'opinion entre les lecteurs et la publication, ils ne traduisent pas pour autant une complète adhésion qui ferait du lectorat un simple réceptacle d'influence<sup>19</sup>.

C'est pourquoi une véritable analyse systémique du couple média-communication, telle que proposée par Saillant, aura tôt fait de minimiser l'hypothèse

---

<sup>17</sup> *L'actualité. Profil rédactionnel*. Document disponible en annexe.

<sup>18</sup> *En bref. Le Bel âge*. Document disponible en annexe.

<sup>19</sup> J.-P. MARHUENDA, *art. cit.*, p. 1039.

isolée de la correspondance aux lectorats pour expliquer le traitement du religieux tel qu'il se présente pour chaque magazine observé. Car si, parmi les objectifs du système médiatique cet auteur a cité la connaissance des récepteurs potentiels<sup>20</sup>, que les flux des entrées d'information (les faits sociaux) en constituent les moyens<sup>21</sup>, les flux des sorties sont, quant à eux, les productions du système médiatique. Et non seulement ces productions sont-elles les composantes d'une culture morcelée et multiple dans le temps et l'espace, elles nécessitent, selon lui, un choix incontournable qui relève de la volonté des décideurs. Ces productions sont en effet obligatoirement objet d'évaluation de leur part<sup>22</sup>. Ainsi, le journaliste placé devant tel sujet de reportage devra décider quelles sources il retient et, de ces sources, quels propos lui seront utiles à la communication souhaitée. De même, et avec un pouvoir encore plus définitif sur les productions, la personne en charge de la rédaction aura à trancher parmi nombre de propositions de sujets et pourra même décider des résultats du traitement en privilégiant un angle, un titre ou des images qui sont autant d'éléments de sens dans l'acte de communication. L'apport des artisans des médias dans cette dynamique n'est donc pas négligeable, car « la différence entre un fait social et une information n'est pas existentielle, ni déterminée, mais résulte simplement de la volonté des décideurs, agents constitutifs du système médiatique<sup>23</sup> ».

Parmi les intentions initiales de ce projet de recherche, nous avons considéré l'idée d'interviewer les rédactrices en chef en poste dans les magazines en observation. L'objectif était de voir, à partir d'entrevues semi-dirigées, quelles étaient les attitudes et convictions de ces personnes en matière de sujets religieux et, en conséquence, comment s'opéraient leurs choix éditoriaux devant ces sujets. L'ampleur du travail déjà engagé dans l'observation des magazines a dû mettre un frein à cette entreprise; celle-ci s'avérerait, selon nous, l'une des pistes d'approfondissement des plus utiles à la poursuite d'une démarche compréhensive des phénomènes qui entrent en jeu alors qu'il s'agit d'inclure le religieux à la sphère publique par le biais des médias. Quelques faits

---

<sup>20</sup> Jean-Michel SAILLANT, *op. cit.*, p. 68.

<sup>21</sup> *Ibid.*, p. 72.

<sup>22</sup> *Ibid.*, p. 74-75.

<sup>23</sup> *Ibid.*, p. 72.

observés mis en lien avec d'autres connaissances par ailleurs nous révèlent qu'une telle démarche pourrait s'avérer très éclairante.

Nous avons en effet remarqué que certains auteurs manifestent, dans leurs articles, une tendance que l'on pourrait qualifier d'*attitude* face au fait religieux. Tout en se situant clairement à l'intérieur du cadre du professionnalisme journalistique – à l'égard duquel on a depuis longtemps renoncé à l'illusoire critère d'objectivité pure et dure – quelques signatures offrent des constantes intéressantes. On peut prendre ici pour exemple le journaliste Michel Arseneault : alors qu'il a signé pour *L'actualité* huit articles de notre corpus, aucun de ses reportages n'accorde au religieux une valeur essentiellement négative. Pourtant, c'est dans ce magazine qu'on les retrouve en plus grande proportion. Et les articles dont il est question ne traitent pas que des catégories de sujets où le religieux se trouve en position favorable : sept d'entre eux traitent des communautés culturelles (trois des catholiques, les autres multiples), deux traitent d'une expression politique de l'expérience religieuse et deux des prêtres. Mais la plupart, soit cinq sur huit, en traitent de façon nuancée. L'importance relative du religieux est anecdotique dans la moitié de ces articles; les quatre autres y accordent une importance prédominante ou sous-jacente. Seulement deux des articles signés Michel Arseneault n'incluent pas une dimension de la profondeur.

Toujours dans *L'actualité*, Jonathan Trudel signe aussi huit articles, surtout des capsules. Aucun de ces articles n'accorde au religieux une valeur négative et cinq l'abordent sous un angle positif. Idem pour les huit articles signés Danielle Laurin qui se retrouvent dans les magazines *L'actualité* (5) et *Châtelaine* (3); des cinq articles dont l'angle est positif à l'égard du religieux, quatre se retrouvent dans *L'actualité*. Isabelle Grégoire est de même l'auteur de huit articles qui se retrouvent publiés dans ces deux magazines; tous sauf un posent un regard positif sur le religieux (qui ne se manifeste qu'une seule fois dans l'expression d'une religion instituée). C'est d'ailleurs le seul où l'on dénote l'absence d'une dimension de la profondeur qui est neutre à l'égard du religieux. Ce qui nous apparaît clair pour tous ces auteurs, c'est que la façon dont ils abordent le religieux ne semble pas, *a priori*, être subordonnée aux particularités du magazine dans lesquels ils sont publiés. De plus, tous semblent traiter du religieux avec une attitude d'ouverture qui laisse toutefois place à une critique nuancée.

Voyons maintenant quelques exemples qui révèlent une autre dynamique. En observant les exemples précédents, nous en arrivons à nous demander qui, de fait, rédige les articles où le religieux est abordé de façon essentiellement négative et dont la grande majorité (46 sur 50) se retrouvent dans les pages de *L'actualité*. Puisque ce phénomène ne semble pas relever des journalistes qui ont abordé le religieux le plus souvent (à une exception près, nous le verrons), une autre dynamique est en cause. Ce qu'on constate alors, c'est que l'auteur du plus grand nombre d'articles où le religieux a une valeur essentiellement négative est en fait anonyme. Pour la quasi-totalité des 14 articles en question, il s'agit de capsules tirées des chroniques « Mot à mot », « En commençant par la fin », ou encore « Les 25 ans de *L'actualité* ». Vient ensuite Micheline Lachance qui signe au total 21 articles traitant du religieux. C'est de loin l'auteure la plus souvent répertoriée dans cette recherche. Or, elle traite du religieux d'une façon essentiellement négative dans sept textes et neutre à huit occasions. Cette même auteure aborde le religieux de façon essentiellement positive dans quatre articles et nuancée dans deux textes. Micheline Lachance étant apparemment responsable de la section littérature de *L'actualité*, 12 de ces articles sont des capsules tirées de la chronique « Préfaces ». Environ la moitié des textes qu'elle signe traitent du religieux d'une façon anecdotique; notons également que parmi les neuf articles où l'on retrouve une dimension de la profondeur, un seul accorde au religieux une valeur essentiellement négative et il s'agit de l'entrevue déjà citée : « Robes noires en sursis<sup>24</sup> ». Par ailleurs, parmi les quatre textes recensés dans *L'actualité* qui portent la signature de la rédactrice en chef, Carole Beaulieu, trois abordent le religieux avec un regard positif; le seul qui en traite de façon essentiellement négative s'intitule « Le gâchis du Proche Orient » et concerne une expression politique de l'expérience religieuse.

Ces faits tranchent significativement avec ceux qu'on observe par ailleurs dans les magazines *Le Bel âge* et *Châtelaine*. Dans le cas du *Bel âge*, les auteurs qui signent plusieurs articles tendent à attribuer une valeur essentiellement positive au religieux dans leurs textes. C'est le cas de Julie Stanton, auteure de neuf articles dont six abordent le religieux de façon positive, et un chacun pour les valeurs négative, neutre et nuancée. La plupart de ces articles sont des entrevues intimistes avec une personnalité artistique d'une longueur de cinq pages et plus. Quant à Marie-Josée Lacroix qui rédige

---

<sup>24</sup> Micheline LACHANCE, « Robes noires en sursis », *op. cit.* Voir texte et note en page 35.

surtout des capsules dans diverses chroniques, elle accorde au religieux une valeur positive 9 fois sur 12, les 3 autres étant neutres. On pourrait considérer ces textes comme équivalents à ceux d'auteurs anonymes recensés dans les autres magazines que nous verrons un peu plus en détail ultérieurement. Ici, l'éditrice Francine Tremblay se trouve répertoriée trois fois pour la rédaction de billets; dans les trois cas, c'est d'une dimension de la profondeur qu'il est question (sans l'expression d'une expérience religieuse) et dans les trois cas, le religieux a une valeur positive. Rien ne déroge apparemment des observations déjà soulignées à l'égard du traitement du religieux dans les pages de ce magazine, du moins en ce qui concerne ces auteures.

Véronique Robert signe pour sa part neuf articles de notre corpus, répartis entre les magazines *L'actualité* et *Châtelaine*. Des quatre articles publiés dans *L'actualité*, deux accordent une valeur essentiellement positive au religieux et deux une valeur essentiellement négative; des cinq articles publiés dans *Châtelaine*, quatre accordent au religieux une valeur essentiellement positive et un seul une valeur neutre. Ce cas est intéressant car, sous la plume d'une même personne, on observe des résultats assez différents selon que ses textes sont publiés dans l'un ou l'autre magazine. Il est aussi révélateur de noter les textes d'auteurs anonymes publiés dans *Châtelaine* en rapport avec ceux qu'on retrouve dans *L'actualité*. On recense dans *Châtelaine* 21 textes pour lesquels nous n'avons pas trouvé de signature. Ils sont répartis comme suit en ce qui concerne la valeur de représentation du religieux : dix textes où le religieux est essentiellement positif (contre cinq pour *L'actualité*), cinq où la valeur du religieux est neutre (cinq également dans *L'actualité*), cinq où elle est nuancée (cinq également dans *L'actualité*) et un seul où elle est négative (14 dans *L'actualité*).

Devant ces faits, rappelons que tout au long des observations que nous avons menées, le magazine *Châtelaine* s'est révélé plus enclin à traiter du religieux par le biais d'une dimension de la profondeur, même à l'égard de sujets comprenant une expression religieuse institutionnelle. De plus, dans ce magazine où la nuance et la critique face au religieux ne sont pas exclues (contrairement à ce qui se manifeste dans *Le Bel âge*), on n'en arrive que très rarement à traiter du religieux de façon essentiellement négative. Les valeurs neutres et nuancées comptent pour 33 articles sur les 87 recensés dans ce magazine, alors que la valeur négative n'en concerne que 3. Quant à *L'actualité*, il s'est démarqué comme le magazine ayant la plus nette tendance à traiter du religieux de façon essentiellement négative, notamment en raison des sujets qu'il aborde



fréquemment. Ceux-ci sont le plus souvent identifiés comme des éléments appartenant au champ du religieux institutionnel sans référence à une dimension de la profondeur. Ce qui apparaît ici, c'est que les textes dont l'auteur n'est pas identifié semblent refléter les mêmes tendances que le magazine qui les publie, mais de façon amplifiée en ce qui concerne *L'actualité*.

Outre les textes anonymes, ceux de Véronique Robert (4) et d'Isabelle Grégoire (5), l'auteure qui a signé le plus d'articles recensés dans *Châtelaine* en est aussi la rédactrice en chef, Lise Ravary. Des huit articles qui lui sont attribués, sept accordent une valeur essentiellement positive au religieux et un seul une valeur neutre. Tous sauf un incluent pourtant une expression de l'expérience religieuse et seulement deux ne comptent pas une dimension de la profondeur. Dans cinq cas, le religieux y occupe une place prépondérante ou sous-jacente.

Le cas particulier de cette auteure et rédactrice en chef est plutôt éclairant pour la démarche compréhensive que nous avons entreprise. Même sans avoir pu procéder aux entrevues souhaitées, nous avons une certaine connaissance de sa position personnelle face au religieux puisque sa conversion au judaïsme survenue dans son parcours de femme adulte est devenue, ces récentes années, un fait de notoriété publique. L'ayant d'abord révélé publiquement dans le cadre d'une entrevue à la radio de Radio-Canada, Lise Ravary ne s'est pas caché de son intérêt pour la spiritualité ni de sa démarche personnelle par la suite. On notera tout de même qu'en tant que professionnelle du journalisme, les interventions que nous lui connaissons sur le sujet ont toujours été faites avec une réserve de bon aloi, sans mouvement ostentatoire ni envolée à caractère prosélyte. À témoin, cet extrait d'un article dans le quotidien *Le Soleil*, annonçant la série télévisée « Des nouvelles de Dieu » sur les ondes de Télé-Québec :

Lise Ravary, éditrice et rédactrice en chef du magazine *Châtelaine*, s'est presque fait tordre un bras avant d'accepter de témoigner de ses croyances dans le deuxième épisode de la série, intitulé *La Rencontre du divin*. Parce qu'elle n'en parle jamais et qu'elle craignait de passer pour une sombre folle. « C'est très mal vu par les milieux journalistiques et intellos, dit-elle. Dire "Tu sais, je suis dans une quête d'absolu", ça se glisse bien mal dans un cocktail! » Il faut dire que Lise Ravary, une Québécoise pure laine, s'est convertie au judaïsme au cours d'un voyage à Jérusalem. Une transformation qui apparaît farfelue quand on connaît un peu le personnage, une femme aux opinions tranchées, au rire communicatif, qui semble mordre dans la vie. Devant le Mur des lamentations, elle a pourtant eu une révélation qui l'a fait réfléchir sur sa

vie. Contrairement au catholicisme de son enfance, cette religion répondait enfin à ses aspirations. Aujourd'hui, elle s'est convertie et ne mange ni porc, ni homard<sup>25</sup>.

Or, rien dans la pratique professionnelle que mène Lise Ravary dans le magazine *Châtelaine* ne laisse entrevoir un préjugé favorable à l'égard d'une religion en particulier ni défavorable à l'égard d'une autre. Simplement, à la lumière de l'exemple qu'elle nous offre, on peut à juste titre s'interroger sur le possible lien entre le cheminement spirituel d'une personne d'influence dans une institution séculière et son attitude à l'égard du religieux dans le cadre de ses fonctions professionnelles. Que cela s'avère, et toute disposition personnelle au sujet d'une dimension aussi intime que le développement religieux sera comprise comme ayant un impact de premier plan sur les attitudes et les décisions quotidiennes d'une personne face aux données du religieux. Lorsqu'il s'agit d'exercer une importante responsabilité par rapport au contenu d'un média grand public à vaste tirage, l'attitude découlant du cheminement spirituel d'une personne pourrait s'avérer des plus influentes dans la dynamique qui régit la construction sociale de la réalité. Cette réalité socialement construite inclut le religieux et les médias grand public, nous l'avons vu, y participent sans contredits. C'est d'ailleurs le point de vue qu'exprime Alain Létourneau lorsqu'il soutient que « la responsabilité sociale des médias s'affirme, d'autant que ceux-ci sont responsables de la vision du monde projetée dans l'espace public<sup>26</sup> ». Ce que nous tentons de réaliser par le biais de cette recherche consiste à saisir comment s'articule cette responsabilité sociale en ce qui concerne le religieux, dans quelles conditions elle s'exerce et par qui.

Les éléments que nous venons d'exposer induisent d'eux-mêmes quelques essais de compréhension. Si notre but était d'abord de voir comment les magazines se comportent en tant que système à l'égard du religieux, c'est bien leurs différences qui nous ont conduit sur une des plus importantes pistes d'interprétation du phénomène qui nous préoccupe. En effet, il apparaît assez clairement que le système médiatique circonscrit aux fins de cette recherche n'obéit pas à des mécanismes systémiques

---

<sup>25</sup> Richard THERRIEN, « "Des nouvelles de Dieu" à Télé-Québec. D'étonnants *coming-out* religieux. », dans : *Le soleil*, section *Arts et Vie*, 28 juin 2004, p. B2.

<sup>26</sup> Alain LÉTOURNEAU, « Remarques sur le journalisme et la presse au regard de la discussion dans l'espace public », dans : Patrick J. BRUNET, (dir.). *L'éthique dans la société de l'information*, Québec, Presses de l'Université Laval et L'Harmattan, 2001, p. 47-71.

uniformes à l'égard du religieux. En bout de ligne, par contre, son effet global sur la construction sociale de la réalité ne pourrait être mesuré que par la reconnaissance effective des attitudes et opinions générales des lectorats que ces magazines rejoignent et influencent, et ce, de façon cumulée plutôt qu'exclusive. On ne peut en effet les appréhender simplement à partir du reflet de la réalité que proposent les magazines les plus lus au Québec : ce serait présumer de la réception et de l'interprétation finale qu'en font les lecteurs. Tenant compte de ce que Marcel Mauss appelait le « phénomène social total », « on ne saurait se contenter d'observer ce que les médias font à leurs publics, car il faudrait aussi savoir que ceux-ci font des médias, comment ils les utilisent, comment ils y adaptent leur vie quotidienne ou même leurs pensées<sup>27</sup> ».

Pour notre part, cependant, nous pouvons tenter d'élaborer une hypothèse quant aux phénomènes préalables à cette construction de sens à laquelle participent les médias, en particulier les magazines grand public. Avec les moyens d'observation et la connaissance du fonctionnement d'une publication dont nous disposons, nous cherchions à cerner sur quelles bases les décisions éditoriales en matière de religieux pouvaient se prendre dans les magazines. Comme nous le soulignons plus tôt, elles ne semblent pas soumises à des mécanismes uniformes pour le système mais procèdent plutôt de la dynamique interne d'une publication. Aussi, nous le reconnaissons, une part d'accommodement avec les vues ou les préférences des lectorats les plus fidèles à chaque publication peut aussi être impliquée dans les choix des rédactions. Mais plus encore, nous sommes portée à le croire, c'est la sensibilité religieuse et le cheminement spirituel des individus œuvrant au sein de ces publications, y exerçant une influence plus ou moins grande sur les contenus, qui donnera lieu à certaines *attitudes* à l'égard du religieux et qui sera déterminante pour sa représentation dans la sphère publique. En outre, ne faut-il pas négliger le fait que si les médias sont en quelque sorte les vecteurs de la culture actuelle, leurs artisans sont, quant à eux, des membres intégrés à une société culturellement définie, la nôtre, dans le Québec du début du XXI<sup>e</sup> siècle.

## **2. LA SÉCULARISATION FACE AU RETOUR DU SPIRITUEL DANS LES MAGAZINES**

L'hypothèse qui précède nous place maintenant face à la question du possible retour du spirituel dans la société québécoise contemporaine qu'on dit sécularisée et

---

<sup>27</sup> J. CAZENEUVE, Art. « Médias et société 1. Aspects généraux », dans : Lucien Sfez (dir.), *op cit.*, p. 1008.

dans la culture qui la distingue. Cette question se pose ici sous deux angles, de façon plus précise. Le premier nous était déjà donné au départ : pouvons-nous noter dans le traitement du religieux que font les magazines un mouvement qui atteste, soit la théorie de la sécularisation, soit celle du retour du religieux dans la réalité socialement construite? Le second nous arrive par le biais du constat que nous venons de faire et qui articule la question dans l'autre sens : quelles caractéristiques de la culture actuelle pourraient nous permettre de comprendre ses effets sur l'attitude des artisans des médias responsables de la représentation du religieux dans la sphère publique?

À la première question, nous devons répondre avec prudence. D'abord parce que nous n'avons pas articulé cette recherche en fonction d'un point de référence historique. En conséquence, il serait inadéquat de présumer que la situation du religieux dans les médias ait évolué dans un sens ou dans l'autre au cours des dernières décennies, si on veut traiter ici du Québec contemporain. Par contre, nous avons noté la prévalence de certaines attitudes parfois antagonistes face au religieux, et cela nous semble exiger d'aller plus en profondeur du côté des motivations, voire des causes profondes de ces attitudes, avant d'y attribuer une quelconque source sociologique. À première vue, les résultats de nos observations pourraient nous porter à attester la thèse selon laquelle les médias reflètent la réalité du déclin des religions simultanément à celle de la résurgence du spirituel<sup>28</sup>. Comme nous l'avons noté, les sujets définissant les diverses religions instituées se révèlent être traités de façon plus négative que ceux définissant une dimension de l'être de l'ordre de la profondeur. En conclure alors, comme Lemieux, qu'il est tout simplement de bon ton de fustiger les institutions religieuses traditionnelles sous la lentille du mythe de la grande noirceur – tandis que le spirituel aurait le vent en poupe – serait une perspective plausible<sup>29</sup>. Mais elle manquerait de nuances.

Car, il faut bien le noter, la présence d'une expression de l'expérience religieuse ou d'une autre catégorie du religieux institué, dans les textes que nous avons étudiés, ne conduit pas *nécessairement* à un traitement négatif du religieux et loin de là<sup>30</sup>. Ce que nous pressentons, c'est qu'à la source de la représentation du religieux donnée

---

<sup>28</sup> Raymond LEMIEUX, *op. cit.*

<sup>29</sup> *Ibid.*, p. 2-3.

<sup>30</sup> Voir les **Tableaux VIII et X et XI** en annexe.

dans les magazines, et même dans certains magazines, il se trouve des personnes dont l'attitude ne semble pas déterminée par un courant de pensée dominant puisque les attitudes des uns et des autres divergent sensiblement. Devant la situation observée, il apparaît que contrairement à l'opinion de Marcel Gauchet, la conscience des acteurs n'est pas dissociée de l'articulation de leur pratique<sup>31</sup> et le comportement des intervenants des médias ne correspondrait donc pas à un mouvement de « sortie de la religion » tel qu'il l'exprime. Non pas tant que leur pratique soit dépendante d'un système de croyances donné et *structurant la société*, mais bien que l'expérience personnelle du religieux *structurant l'individu* – son cheminement spirituel propre – soit envisagé comme le facteur le plus déterminant quant à l'attitude d'une personne face au religieux. Et cette attitude ne se confinerait pas, croyons-nous, au seul domaine de sa vie privée.

Cette hypothèse, qui découle de nos observations, nous ne pouvons que la poser sans toutefois être en mesure de l'étayer davantage. Ce que cela signifierait au regard des diverses théories rejoint en quelque sorte le point de vue de Roland J. Campiche. Dans un article publié en 1997, il s'appuie sur l'analyse du traitement par les médias de l'affaire de l'Ordre du Temple Solaire et des voyages du pape Jean-Paul II pour affirmer, en substance, que par le biais de la religiosité des journalistes, les médias ne font que conforter, attester la culture religieuse dominante :

[Le] rapport entretenu par le producteur d'images, de paroles ou d'écrits avec le religieux n'est pas sans incidences sur le produit. En d'autres termes, le processus d'individualisation, qui constitue une caractéristique de la modernité, est à considérer en priorité pour tenter de saisir quelques aspects de la transformation des représentations du religieux qui ne sont pas sans effet sur le changement du religieux lui-même<sup>32</sup>.

Si nous pouvons faire nôtre cette proposition, notons que nous en avons observé la mise en œuvre par un biais tout autre que celui de Campiche : alors qu'il s'est appliqué à analyser le traitement de quelques événements appartenant *a priori* au champ du religieux institué, nous avons d'abord fondé nos observations sur la totalité du corpus des magazines pour y recenser tout élément de contenu religieux au sens large.

---

<sup>31</sup> Marcel GAUCHET, *Le désenchantement du monde. Une histoire politique de la religion*, Paris, Gallimard, 1985, p. 133.

<sup>32</sup> Roland J. CAMPICHE, *op. cit.*, p. 267-268.

Ce vaste spectre nous a permis de saisir certaines nuances quant au traitement appliqué à tel ou tel domaine du religieux et qui ont déjà été exposées. Or, elles n'expriment pas selon nous un mouvement de contre-sécularisation mû par la réaction des institutions religieuses tentant de s'adapter aux exigences supposées d'un monde sécularisé<sup>33</sup>. Non plus qu'elles ne nous paraissent manifester une lutte à finir entre les religions traditionnelles en tant que réalité en voie de disparition et une sorte de spiritualité floue flanquée de syncrétisme en plein essor de popularité. Et si, en effet, la tendance des médias dans sa représentation du religieux atteste bel et bien une mouvance actuelle de l'opinion publique à l'égard du religieux<sup>34</sup>, ce n'est pas d'abord dans une volonté de se conformer à son lectorat. L'explication que nous retenons tend plutôt à confirmer un mouvement où le religieux reprendrait une place laissée vacante dans la sphère publique avec la sécularisation de la société – pas si lointaine dans le contexte québécois – en passant d'abord par l'individualisation de la pensée et de l'expérience religieuse liée ou non à une tradition instituée. L'individualisation de l'expérience religieuse serait ainsi posée comme clé d'interprétation quant aux mécanismes – qui n'en seraient pas tout à fait – régissant le traitement du religieux dans les magazines grand public.

Dans l'article cité plus haut, Campiche décrit ce qu'il appelle la « religion des boomers », génération regroupant selon lui la plupart des journalistes en activité dans le monde occidental<sup>35</sup>. Cette religion se caractériserait par un glissement de la pratique d'une religion à l'intérieur d'une Église au choix d'une spiritualité exprimant un sentiment personnel soutenu par une expérience. « Ce choix ne correspond pas à un refus ou à une condamnation des organisations religieuses mais reflète le renversement de la relation qui va du sujet à l'institution<sup>36</sup> ». Et cela s'inscrit aujourd'hui dans un contexte de pluralisme religieux où les individus, désormais sujets de leur propre cheminement religieux, auraient pour une bonne part intégré des valeurs de dialogue et de tolérance

---

<sup>33</sup> Peter L. BERGER, *Le réenchantement du monde*, p. 17.

<sup>34</sup> J. CAZENEUVE, *art. cit.*, p. 1006 « Les médias exercent une influence sur les mœurs, tantôt en reflétant une évolution ayant d'autres causes, tantôt en l'accéléralant, bien plus rarement en la freinant ». Nous optons, dans le cas qui nous occupe, pour la première option.

<sup>35</sup> Roland J. CAMPICHE, *op. cit.*, p. 268.

<sup>36</sup> *Ibid.*, p. 268.

comme mode de coexistence avec les diverses traditions en place dans la société<sup>37</sup>. Dans ce contexte, ce qui déterminera l'attitude d'une personne placée devant un fait religieux quelconque, au delà de sa sympathie – ou de son antipathie – envers la tradition religieuse concernée, réside essentiellement dans sa propre expérience de construction religieuse personnelle.

On pourrait chercher à traduire cette hypothèse en des termes qui correspondent aux étapes du développement religieux selon la théorie de Oser. Selon cette théorie, le développement de la conscience religieuse se construit au cours de la vie, au fil des expériences mais selon des étapes déterminées et universelle. Toute personne se réfère ainsi à des valeurs de transcendance pour construire un monde de représentations et de symboles qu'elle exprime dans des jugements religieux, en concordance avec son propre degré de développement. On peut discerner des stades de développement de la conscience religieuse, à travers les étapes de l'existence<sup>38</sup>. En établissant des liens entre les observations de cette recherche et la théorie que nous venons de résumer, on verrait possiblement se dessiner alors diverses attitudes objectives face au religieux extérieur à soi (le sujet traité par un journaliste est objectivé, présenté comme extérieur à lui-même) caractérisant les différentes étapes du développement. Ainsi, il y a fort à parier que le passage de l'étape 2 à 3 soit déterminant, alors que se met en place la capacité à « séparer complètement les deux domaines de l'Ultime et de son propre [soi]<sup>39</sup> ». Cela reste à démontrer bien entendu, mais la correspondance entre le traitement du religieux par une personne et le niveau de son propre développement psycho-religieux nous semble une piste intéressante qu'il serait bon d'explorer.

Dans une perspective sociologique, finalement, puisque l'on note des tendances lourdes qui caractérisent le traitement du religieux dans les magazines et puisque ce traitement nous est apparu comme « reflétant une évolution ayant d'autres causes<sup>40</sup> », son examen minutieux nous apparaît comme un excellent baromètre de la réalité

---

<sup>37</sup> Richard BERGERON, *op. cit.*, p. 147.

<sup>38</sup> Fritz OSER, Paul GMÜNDER et Louis RIDEZ, *op.cit.*; le résumé réfère à la présentation du livre par l'éditeur.

<sup>39</sup> Fritz OSER, Paul GMÜNDER et Louis RIDEZ, *op. cit.*, p. 119-121.

<sup>40</sup> J. CAZENEUVE, *art. cit.*, p. 1006.

religieuse socialement construite. Celui auquel nous avons procédé nous indique hors de tout doute que le religieux a effectivement droit de cité dans la sphère publique. Il nous conduit aussi à certaines pistes quant à la compréhension de ce qui suscite un accueil favorable et de ce qui rebute nos contemporains à l'égard du religieux. Mais toujours, devant la situation telle qu'elle se présente, faut-il considérer qu'il ne s'agit pas que d'une banale question d'opinion publique. L'opinion est volatile, sensible aux influences extérieures, aux modes et aux courants d'interprétation. Devant la question du religieux, l'individu n'est plus devant un simple dilemme d'opinion puisqu'il traite d'une dimension expérimentée au plus intime de lui-même. Pour s'en convaincre, il suffit d'écouter attentivement deux ou trois émissions de ligne ouverte traitant d'une question religieuse, et l'on reconnaîtra sans peine qu'une majorité d'individus articulent leurs propos sur l'expérience personnelle plutôt que sur une analyse des faits. Ce n'est qu'un exemple, mais il illustre bien le phénomène que cette recherche nous porte à comprendre : les médias participent à la construction sociale de la réalité religieuse en reflétant un ensemble de faits et d'expressions du religieux qui sont subjectivement soumis à la régulation sociale en fonction de critères d'utilité, d'expérience et de bon sens. Cette régulation s'opère avec une diversité d'attitudes relevant des responsables des contenus des médias, à différents niveaux de leur production. Ces données, une fois mises en circulation par le biais des flux des sorties – les productions médiatiques –, sont intégrées à la réalité sociale des individus à travers le même filtre subjectif de régulation, dans un processus d'individualisation des représentations du religieux conditionné en priorité par le cheminement religieux personnel.

Tout cela correspond à des caractéristiques des plus contemporaines tant du religieux que des médias, dans la culture actuelle, où ne prévalent plus les anciens dualismes entre les domaines d'une part sacré, privé et religieux (appartenant aux religions) et, d'autre part, profane, public et séculier (appartenant aux médias)<sup>41</sup>. En conclusion, maintenant que nous en avons fait une démonstration substantielle, voyons de quelles conséquences ces phénomènes sont porteurs pour les champs d'intervention concernés.

---

<sup>41</sup> Stewart M. HOOVER, « Religion, Media and the Cultural Center of Gravity », dans : Daniel A. Stout et Judith M. Buddenbaum (dir.), *op. cit.*, p. 50.



## CONCLUSION

Nous avons d'abord présenté le sujet de cette recherche en soulignant la rareté des études connues s'intéressant à l'articulation *médias, société et religion* par le biais d'analyses du religieux dans les médias grand public, et ce, particulièrement au Québec. Depuis que la présente démarche a été entreprise, il appert que ce domaine d'investigation pluridisciplinaire soit en pleine ébullition. On retient, à titre d'exemple, l'élan insufflé par un groupe international de chercheurs réunis d'abord à Boulder, Colorado, en 1996, et qui tient périodiquement des conférences en divers endroits du globe sur le sujet<sup>1</sup>. Ailleurs dans le monde ainsi qu'au Québec, diverses publications et conférences s'inspirent d'un semblable mouvement de décroisement, reconnaissant la perméabilité des phénomènes qui intéressaient jusque-là les spécialistes de domaines plus restreints. Experts des communications et de la sociologie (surtout de la sociologie des religions) se rencontrent de plus en plus sur ce terrain. Pour autant qu'on soit en mesure de bien l'observer, il semble que c'est encore du coin de l'œil que la théologie s'intéresse à de telles analyses aux fins de sa propre spécialité. Nos conclusions tendent toutefois à leur conférer une véritable pertinence.

En reprenant les grandes lignes de ce que cette recherche nous a permis de comprendre, nous verrons ici comment diverses pistes d'approfondissement s'avèreraient des plus à-propos pour la science qui s'intéresse aux rapports qu'entretient l'être humain avec l'Ultime. Bien qu'on le conjugue au singulier, le fait est que ces rapports se vivent non seulement dans la dimension profonde de l'être, mais aussi dans la sphère culturelle et sociale à laquelle il participe avec d'autres. Alors qu'on reconnaît en théologie que « même la relation intérieure du croyant à Dieu (spiritualité) ne peut échapper aux conditions sociales<sup>2</sup> », nous insistons pour ajouter que le rapport de l'individu à la culture et à la réalité religieuse n'échappe pas davantage à son cheminement intime et personnel avec le religieux. L'un teinte l'autre et inversement. Dans un sens comme dans l'autre, l'individualisation des représentations comme caractéristique de la modernité demeurera la clé d'interprétation de ces phénomènes.

---

<sup>1</sup> Guy MARCHESSAULT, *op. cit.*, p. 78-80.

<sup>2</sup> G. MATTAL, Art. « Sociologie (et spiritualité) », dans : Stefano De Fiores et Tully Goffi (dir.), *Dictionnaire de la vie spirituelle*, Paris, Les Éd. du Cerf, 1983, p. 1045.

Puisqu'il nous faut un ordre pour exprimer ces réflexions, nous irons du plus petit ensemble au plus grand. Nous irons donc de l'individu à la société québécoise contemporaine en passant par les intervenants du système médiatique que nous avons observé et par les lectorats de ces magazines. Pour chacun, nous verrons les conséquences de nos observations et les pistes de recherche qui pourraient en découler.

## L'INDIVIDU, AGENT CONSTITUTIF DE LA SOCIÉTÉ

« La compréhension sociologique de la "réalité" et de la "connaissance" se situe quelque part à mi-chemin entre celle de l'homme de la rue et celle du philosophe<sup>3</sup> ». Le *réel* d'une société donnée dépend pour ainsi dire d'une sorte d'alchimie recomposant en un tout social le *réel* des individus qui la forment. Or, l'individualisation des représentations du réel nous apparaît être une caractéristique prépondérante de la culture actuelle ayant ses incidences en ce qui concerne le rapport au religieux. D'autres caractéristiques de la modernité ont pu s'essouffler, pas celle-là. Parmi les manifestations de cette individualisation, d'un point de vue médiatique : l'explosion des chaînes spécialisées, des périodiques d'intérêts très spécifiques, le raffinement des techniques de marketing de plus en plus ciblées, le foisonnement des forums de discussions et autres weblogs sur l'Internet, etc.

Sur le plan de la quête religieuse s'affirme par ailleurs l'autonomie personnelle en matière de foi<sup>4</sup>. On voit apparaître un plus grand nombre de parcours spirituels personnalisés, qui se distinguent du modèle connu comme foi sociologique : des expériences de pèlerinage (Compostelle), de retraites (monastique ou bouddhiste), d'accompagnement spirituel (émergence de la fonction de « *coach* de vie »), etc. Au sein d'institutions comme l'Église catholique, la demande pour une variété de démarches d'initiation chrétienne s'adressant à des personnes de groupes d'âges variés incite même les évêques à se doter d'orientations claires sur le catéchuménat (initiation des adultes) et sur la formation à la vie chrétienne en général<sup>5</sup>. Dans un tel contexte,

---

<sup>3</sup> Peter BERGER et Thomas LUCKMANN, *La construction sociale de la réalité*, [« Références » sociologie], Paris, Masson/Armand Colin, (1966) 1996, p. 8.

<sup>4</sup> Stewart M. HOOVER, *op. cit.*, p. 50

<sup>5</sup> ASSEMBLÉE DES ÉVÊQUES DU QUÉBEC, *Jésus Christ chemin d'humanisation. Orientation pour la formation à la vie chrétienne*, Montréal, Médiaspaul, 2004.

pouvait-on vraiment s'attendre à voir apparaître un discours religieux univoque dans les magazines grand public? Ce n'est pas, en effet, ce que nous y avons trouvé.

Nos observations tendent à démontrer que le discours religieux ne s'articule pas, dans la sphère publique, en termes de culture de masse. Il y existe peut-être des tendances et des courants, mais ceux-ci nous apparaissent subordonnés à l'expérience religieuse individuelle. Les courants dont il s'agit se sont manifestés à deux niveaux soit relativement aux sujets traités – que nous verrons immédiatement –, puis en fonction des magazines qui en traitent.

Au niveau des sujets, sont apparues des constantes qui démontrent la faveur des magazines à l'égard des thèmes touchant une dimension de la profondeur; en revanche, les sujets les plus malmenés s'avèrent être ceux qui définissent les religions instituées *en l'absence* d'une dimension de la profondeur. Nous voyons là une indication attestant que la régulation sociale du religieux s'exerce désormais en mode subjectif et passe donc par l'individu. En effet, la dimension de la profondeur ne peut être comprise que dans l'expérience personnelle du religieux (au sens entendu par Tillich) et s'exprime dans les médias sous forme de témoignages, de récits d'expérience personnelle; en outre, la « valeur » médiatique de cette dimension de la profondeur se valide même en présence d'une expérience relative à une religion instituée. De ce point de vue, peut-être faut-il remettre en question tout débat qui pose spiritualité et religion en dualité; la question fondamentale se trouve, selon nous, davantage dans la capacité des religions à valoriser, voire à rendre possible l'expérience spirituelle personnelle. Voilà une question importante pour les intervenants qui s'intéressent à la transmission de la foi. Aussi, pour les représentants officiels ou porte-parole d'une religion instituée, la reconnaissance de ces faits pourra-t-elle conduire à articuler leur discours public en tenant compte de l'importance de cette dimension de la profondeur s'incarnant dans l'expérience personnelle? D'après nos observations, cette dimension de la profondeur est garante d'une représentation positive ou nuancée du religieux dans la sphère publique.

#### **LES MAGAZINES GRAND PUBLIC BAROMÈTRES DE LA CULTURE**

Les magazines grand public proposent un reflet des plus à jour de la culture actuelle, et ce, en raison même de leurs intérêts commerciaux. On a montré leur souci premier de connaître leurs lecteurs et de les satisfaire. Les courants qui s'y manifestent

à l'égard du religieux ont d'ailleurs révélé certaines particularités en fonction de la publication. À quoi les attribuer? Une combinaison de facteurs a été évoquée. D'une part, les magazines ciblent leur traitement de façon à rencontrer les préférences de leur lectorat avec des techniques de plus en plus raffinées. Mais cette seule explication ne pouvait justifier toutes les nuances observées à l'intérieur même d'une publication donnée. Nous avons donc posé comme une piste d'explication l'incidence de l'*attitude* d'individus en place, à l'égard du religieux, ces individus exerçant des responsabilités plus ou moins grandes par rapport aux contenus des médias. Ces diverses attitudes face au religieux, conformément à ce que nous avons avancé par ailleurs, seraient déterminées en grande partie par l'expérience personnelle du religieux donnant lieu au processus d'individualisation de ses représentations.

Cette hypothèse nécessiterait évidemment d'approfondir davantage la recherche en ce sens. À défaut de mener des entrevues avec les journalistes concernés, nous ne pouvions considérer ici que les seules tendances de traitement observées dans notre corpus, lorsqu'un auteur y a été recensé à plusieurs reprises. Mais le fait de considérer les intervenants des médias comme des acteurs de la représentation du réel plutôt que comme une simple courroie de transmission de faits, par ailleurs objectifs, s'accorde avec des interprétations courantes en sociologie comme en témoigne cet extrait d'article :

Il importe [...] d'étudier la formation, le recrutement, le profil de carrière des personnes exerçant la profession de communicateurs, à des titres divers, puisqu'ils jouent le rôle de ce que l'on nomme *Gate-Keepers* (Dexter, 1964), comme des filtres entre la réalité et le message. À quels milieux sociaux appartiennent-ils, quelles influences subissent-ils? (Balle, 1987) Cela importe beaucoup au sociologue<sup>6</sup>.

Si cela importe au sociologue, comme observateur, il va sans dire que l'attitude manifeste des intervenants des médias à l'égard du religieux concerne tous ceux préoccupés par la représentation de la réalité religieuse dans la culture actuelle. Il ne s'agit pas ici, faut-il le préciser, d'une question qui se pose d'un point de vue apologétique ou confessionnel exclusif. Ce que nous pressentons – et qui reste à vérifier – c'est que la qualité de l'expérience religieuse d'une personne (sans égard à la dénomination et incluant même un cheminement qui conduirait un individu à l'athéisme

---

<sup>6</sup> J. CAZENEUVE, *art. cit.*, p. 1006.

professé librement) porte celle-ci à traiter du religieux avec une attitude d'ouverture critique et nuancée, plutôt qu'essentiellement négative. Si elle s'avérait, cette hypothèse pourrait conduire, par exemple, des associations multiconfessionnelles à intervenir auprès des professionnels des communications, à favoriser les études de sciences religieuses par ces intervenants ou à organiser à leur intention des séminaires, des conférences, etc. En outre, ce constat soulèverait aussi la portée de l'attention accordée, dans les groupes confessionnels, à l'éducation de la foi des adultes et accentuerait l'importance de favoriser l'expérience spirituelle dans la maturité de la foi.

### LECTEURS, LECTORATS ET OPINION PUBLIQUE

Les lecteurs de magazines sont exposés à des traitements du religieux qui offrent des perspectives diversifiées de cette réalité. Toutes les publications étudiées, appartenant au système défini comme magazines grand public, accordent au religieux une place notable; on a vu que ces magazines se distinguent toutefois en privilégiant parfois certains thèmes ainsi que des approches différenciées. Les tenants de la théorie dite en anglais *agenda setting* soutiennent que les médias de masse commandent en quelque sorte les sujets à l'ordre du jour dans la sphère publique sans toutefois leur accorder le pouvoir de déterminer l'opinion qu'on en aura<sup>7</sup>. Selon d'autres points de vue, les publics seraient encore plus actifs que ne le prétend cette approche traditionnelle en portant davantage d'attention aux contenus qui s'accordent avec leurs intérêts et priorités et en les sélectionnant pour conforter leurs propres opinions<sup>8</sup>. Cette théorie appuierait l'importance de l'individualisation des représentations religieuses dans le processus de construction sociale de la réalité. En effet, plus que le fait d'être lecteur assidu de telle publication proposant telle perspective de la réalité religieuse, l'appropriation qu'une personne fera de l'information véhiculée influera sur la construction de sens dans le phénomène social total.

Il faut néanmoins reconnaître aux productions des médias de masse une certaine incidence sur les représentations du religieux dans la culture actuelle, ne serait-ce qu'en reflétant et en renforçant certaines vues courantes. Prenons pour exemple le « mythe de

---

<sup>7</sup> Stewart M. HOOVER note : « [Their] effect is not so much in telling us "what to think" as "what to think about". The range of topics covered in the news serves to direct public discourse within narrower, defined range than the universe of possible topics. », *op. cit.*, p. 57.

<sup>8</sup> Judith BUDDENBAUM, « The Media, Religion and Public Opinion », dans : Daniel A. Stout et al., *op. cit.*, p. 22.

la grande noirceur<sup>9</sup> » que cite Lemieux, ou encore la dualité science et religion évoquée à certaines reprises dans les textes, de même que l'association de causes religieuses aux intérêts des conflits internationaux. Ces représentations que l'on retrouve surtout dans le magazine *L'actualité* peuvent certainement trouver écho dans les convictions d'une partie du lectorat visé, tel que décrit au chapitre précédent<sup>10</sup>. On a aussi vu que *Le Bel âge* y va d'un traitement plutôt léger du religieux, peu susceptible d'entrer en conflit avec les vues de ses lecteurs qu'on sait ciblés parmi les personnes de 50 ans et plus. De fait, ce magazine ne vise pas l'attraction d'un lectorat idéologique ou culturel, mais plutôt économique, en ratissant le plus large possible en fonction des intérêts reconnus chez les personnes d'âge mûr : santé, finances, loisirs, voyages, mode de vie, etc. Il ne semble pas y avoir à proprement parler de « ligne éditoriale » à l'égard des sujets religieux qui se distinguent des autres sujets d'intérêt humain, mais plutôt une intégration de la tradition catholique en tant que référence culturelle de masse pour le grand public québécois de cette génération. Dans un cas comme dans l'autre, c'est l'individualisation de ces représentations qui aura le dernier mot. On s'entend pour dire que plus le lecteur accorde de crédibilité à une publication, plus son influence sera grande. De plus, certaines études indiquent que la réceptivité aux représentations des médias – par opposition à celles véhiculées par les religions et leurs représentants – est plus importante chez les personnes dont les convictions divergent d'avec l'enseignement officiel de leur dénomination ou chez celles dont les liens sont faibles avec leur communauté d'appartenance religieuse. Il s'avère toutefois difficile de mesurer l'impact réel des diverses représentations sans soumettre les publics à des études d'influence croisée encore très rares en sociologie<sup>11</sup>.

## LA SOCIÉTÉ QUÉBÉCOISE DU XXI<sup>e</sup> SIÈCLE

Si l'on tient compte du fait que les lecteurs ne retiennent des représentations des médias que celles qu'ils sont prêts à recevoir, on peut penser que les représentations essentiellement négatives du religieux s'avèrent d'une faible portée pour l'avenir de la réalité sociale au Québec. Affirmant cela, nous portons sur cette société un regard historique qui situe la mouvance des années 1960 comme un point de rupture définitif

---

<sup>9</sup> Raymond LEMIEUX, *op. cit.*, p. 2.

<sup>10</sup> Chapitre 4, p. 89.

<sup>11</sup> Judith BUDDENBAUM, « The Media, Religion and Public Opinion », *art. cit.*, p. 29-31.

avec la tradition religieuse catholique en régime de chrétienté. Un survol des articles recensés montrera que nombre des représentations négatives qui s'y retrouvent sont rattachées, d'une certaine façon, à un noyau dur de malentendus et de refus mutuel de compréhension entre une religion dominante et une société aspirant à la sécularisation. Or, nous croyons que les représentations qui découlent de ce moment de l'histoire peuvent conforter des vues déjà admises par une portion des publics de magazines et, en ce sens, peut-être ralentir la progression d'un autre portrait en émergence. Mais la véritable mouvance à laquelle participent les médias, c'est celle qui est reflétée par les résultats plutôt surprenants de nos observations pour l'ensemble du système médiatique à l'étude.

En effet, il nous apparaît important de revenir sur certains faits saillants de cette recherche. Après avoir recensé un total de 326 articles traitant du religieux dans trois magazines grand public publiés au Québec en 2002, l'évidence nous oblige à admettre que le religieux est une donnée des plus présentes dans la sphère publique. D'ailleurs, il ne suffit pas de souligner que plus des deux tiers de ces textes (217) évoquent une expression de l'expérience religieuse; on doit ajouter que la moitié de ceux-ci (110) y associent en même temps une dimension de la profondeur. Pour compléter ce tableau, remarquons que plus du tiers des articles recensés (119), alors qu'ils accordent au religieux une importance prépondérante ou sous-jacente, en traitent aussi avec un regard qui est essentiellement positif ou encore plutôt nuancé.

Sans doute pourrions-nous examiner ces données plus avant et y trouver des indices encore plus fins du portrait de la réalité sociale en ce qui concerne le religieux, au Québec. Mais ce que nous y voyons actuellement est suffisant pour nous mettre sur la piste d'une société en train de se redéfinir au plan de ses représentations religieuses. Si certains mythes ont la vie dure et continuent de trouver une œil réceptif parmi les lectorats, de nouvelles expériences de vie spirituelle, des rapports plus libres aux religions instituées, des portraits de société où le pluralisme religieux s'actualise dans l'harmonie ainsi que des quêtes de sens et de valeurs qui admettent les faiblesses du positivisme moderne ne sont là que quelques exemples de thèmes qui trouvent place dans les magazines grand public au Québec. Ceux-ci ne seraient-ils que le reflet d'une réalité ayant d'autres causes que, déjà, ils sont un indicateur du terreau socio-religieux dans lequel évolueront les rapports de l'être humain à l'Ultime, dans la société pluraliste et ouverte à laquelle les gens d'ici aspirent aujourd'hui.

## BIBLIOGRAPHIE

### CORPUS À L'ÉTUDE

*L'actualité* (périodique), Éditions Rogers Media, Montréal, vol. 27 n<sup>os</sup> 1 à 20, janvier à décembre 2002.

*Le Bel âge* (périodique), Médias Transcontinental, Montréal, vol. 15 n<sup>os</sup> 4 à 11; vol. 16 n<sup>os</sup> 1 à 3, janvier à décembre 2002.

*Châtelaine* (périodique), Éditions Rogers Media, Montréal, vol. 43 n<sup>os</sup> 1 à 12, janvier à décembre 2002.

### RÉFÉRENCES GÉNÉRALES

ASSEMBLÉE DES ÉVÊQUES DU QUÉBEC, *Jésus Christ chemin d'humanisation. Orientation pour la formation à la vie chrétienne*, Montréal, Médiaspaul, 2004, 109 p.

BABIN, Pierre et M. IANNONE (coll.), *L'ère de la communication. Réflexion chrétienne*, Paris, Éd. du Centurion, 1986, 225 p.

BACQUET, Alexis, *Médias et christianisme*, Paris, Le Centurion, 173 p.

BAUM, Gregory, LACHAPELLE, René et Marie-Andrée ROY (dir.), 9/1 (printemps 1996), 200 p.; thème : « Spiritualité, Églises et religions » : *Nouvelles pratiques sociales*.

BERGER, Peter L. (dir.), *Le réenchantement du monde*, Paris, Bayard, 2001, 185 p.

BERGER, Peter et Thomas LUCKMAN, *La construction sociale de la réalité*, [«Références» Sociologie], Paris, Masson/Armand Colin, (1966) 1996, 288 p.

BERGERON, Richard, *Vivre au risque des nouvelles religions*, Montréal, Médiaspaul, 1997, 267 p.

BERGERON, Richard, *Renaitre à la spiritualité*, Montréal, Fides, 2002, 279 p.

BRUNET, Patrick J. (dir.), *L'éthique dans la société de l'information*, Québec, Presses de L'Université Laval et L'Harmattan, 2001, 212 p.

BUDDENBAUM, Judith M., « Social Science and the Study of Media and Religion. Going Forward by Looking Backward » : *Journal of Media and Religion*, 1 (1), 2002, p. 13-24.

CAMPICHE, Roland J., « Le traitement du religieux dans les médias » : *Études théologiques et religieuses*, 72/2 (1997), p. 267-279.

CAZENEUVE, J., Art. « Médias et société 1. Aspects généraux », dans : Lucien Sfez (dir.), *Dictionnaire critique de la communication*, Tome 1, Paris, Presses universitaires de France, 1993, p. 1005-1008.

CONSEIL DE L'UNION CATHOLIQUE INTERNATIONALE POUR LA PRESSE [document], *La religion dans les médias : un défi professionnel*, Luxembourg, 23 mars 1998, par. 14, consulté à l'adresse suivante : [www.officecom.qc.ca/Documentation/eglise/luxemboug.html](http://www.officecom.qc.ca/Documentation/eglise/luxemboug.html).



DE FIORES, Stefano, Art. « Spiritualité contemporaine », dans : Stefano De Fiores et Tully Goffi (dir.), *Dictionnaire de la vie spirituelle*, Paris, Les Éd. du Cerf, 1983, p. 1061-1077.

DE TOCQUEVILLE, Alexis, « Démocratie et religion », dans : *De la démocratie en Amérique*, Union Générale d'Éditions, 1963, p. 227-235.

DE TOCQUEVILLE, Alexis, « La liberté de la presse », dans : *De la démocratie en Amérique*, Union Générale d'Éditions, 1963, p. 115-120.

DUBUC, Jean-Guy, « Après la religion, un peu de spirituel... », diffusé par l'Office des communications sociales, dans : *Un message à porter*, Montréal, n° 6, 5 décembre 1991.

FIGL, Johann, Art. « Sécularisation », dans : Peter Eicher (dir.), *Nouveau dictionnaire de théologie*, Paris, Les Éd. du Cerf, (1988) 1996, p. 899-903.

GAUCHET, Marcel, *Le désenchantement du monde. Une histoire politique de la religion*, Paris, Gallimard, 1985, 306 p.

GOFFI, Tully, Art. « Sociologie et spiritualité », dans : Stefano De Fiores et Tully Goffi (dir.), *Dictionnaire de la vie spirituelle*, Paris, Les Éd. du Cerf, 1983, p. 1044-1053.

GOUGH, Andrew, « La religion à la une. Vision du monde d'un quotidien populaire britannique » : *Religiologiques*, (automne 1996), 10 p, consulté à l'adresse suivante : <http://www.unites.uqam.ca/religiologiques>.

HÖFFE, Otfried, Art. « Pluralisme/Tolérance », dans : Peter Eicher (dir.), *Nouveau dictionnaire de théologie*, Paris, Les Éd. du Cerf, (1988) 1996, p. 738-746.

HOOVER, Stewart M., « Religion, Media and the Cultural Center of Gravity », dans : Daniel A. Stout et Judith M. Buddenbaum (dir.), *Religion and Popular Culture. Studies on the Interaction of Worldviews*, Iowa State University Press, Ames, 2001, p. 49-59.

LEMIEUX, Raymond, [conférence] « Misère de la religion, grandeur du spirituel », Faculté de théologie et de sciences religieuses, Université Laval, 28 septembre 2000, 18 p., consulté à l'adresse suivante : [http://misraim3.free.fr/divers/misere\\_de\\_la\\_religion.pdf](http://misraim3.free.fr/divers/misere_de_la_religion.pdf).

LÉTOURNEAU, Alain, « La religion de l'imaginaire à l'époque des communications » : *Studies in religion / Sciences religieuses*, 26/3 (1997), p. 309-335.

MANIGNE, Jean-Pierre, « Des religions et des hommes » : *La Vie* (janvier 1997-n° 2680), p. 54-57.

MARCHESSAULT, Guy, *Médias et foi chrétienne, l'image à l'épreuve de l'idolâtrie*, Outremont, Novalis, 1998, 263 p.

MARCHESSAULT, Guy, *Médias et foi chrétienne, deux univers à concilier*, Montréal, Fides, 2002, 183 p.

MARHUENDA, J.-P., Art. « Publics et usages. 2. Lectorats », dans : Lucien Sfez (dir.), *Dictionnaire critique de la communication*, Tome 1, Paris, Presses universitaires de France, 1993, p. 1037-1042.

MATTAL, G., Art. « Sociologie (et spiritualité) », dans : Stefano De Fiores et Tully Goffi (dir.), *Dictionnaire de la vie spirituelle*, Paris, Les Éd. du Cerf, 1983, p. 1044-1053.

OSER, Fritz, GMÜNDER, Paul et Louis RIDEZ, *L'homme, son développement religieux*, [Sciences humaines et religions], Paris, Les Éd. du Cerf, (1988) 1991, 348 p.

RABOY, Marc et Geneviève GRIMARD (coll.), *Les médias québécois. Presse, radio, télévision, inforoute*, Montréal, Gaëtan Morin éditeur, (1997) 2000, 409 p.

RÉMOND, R. et al., *Chrétiens, tournez la page*, Paris, Bayard, 2002, 141 p.

RIVIÈRE, Claude, *Socio-anthropologie des religions*, Paris, Armand Colin/Masson, 1997, 190 p.

SAILLANT, Jean-Michel, *Comprendre la dimension médiatique. Comment analyser les médias?*, Paris, Ellipses, 1996, 127 p.

SALVAS, Sylvain, (communiqué) « Les médias, moyens incontournables pour annoncer la Parole », Conférences des évêques catholiques du Canada, 20 novembre 1997.

SFEZ, Lucien (dir.), *Dictionnaire critique de la communication*, Tome 1, Paris, Presses universitaires de France, 1993 (articles divers).

STOUT, Daniel A. et Judith M. BUDDENBAUM (dir.), *Religion and Popular Culture. Studies on the Interaction of Worldviews*, Iowa State University Press, Ames, 2001, p. 3-15.

SUDBRACK, Josef, « Spiritualité/Piété », dans : Peter Eicher (dir.), *Nouveau dictionnaire de théologie*, Paris, Les Éd. du Cerf, (1988) 1996, p. 733-738.

THERRIEN, Richard, « "Des nouvelles de Dieu" à Télé-Québec. D'étonnants coming-out religieux. », dans : *Le soleil*, section *Arts et Vie*, 28 juin 2004, p. B2.

TILLICH, Paul, *La dimension oubliée*, Paris, Desclée De Brouwer, 1969, 138 p.

## RÉFÉRENCES MÉTHODOLOGIQUES

LÉTOURNEAU, J., « Comment circonscrire un sujet de recherche », dans : *Le coffre à outil du chercheur débutant*, Toronto, Oxford University Press, 1989, p. 167.

MUCCHIELLI, Alex, « Compréhensive (approche) », dans : id. (dir.), *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales*, Paris, Armand Colin, 1996, p. 29-33.

MUCCHIELLI, Roger, « Définition et délimitation de l'analyse de contenu », dans : *L'analyse de contenu des documents et des communications. Connaissance du problème*. 2<sup>e</sup> éd., Paris, Les librairies techniques, entreprises modernes et Les éditions ESF, 1977, 121 p.

POURTOIS, J.-P. et H. DESMET, « Épistémologie des méthodes qualitatives », *ibid.*, p. 56-61.

## INDEX DES DOCUMENTS

<i>L'actualité</i> Profil rédactionnel .....	XVI
<i>L'actualité</i> Profil des lecteurs .....	XVII
<i>L'actualité</i> Carte de tarifs .....	XVIII
<i>L'actualité</i> Carte de tarifs n° 30 .....	XIX
<i>Le Bel âge</i> En bref .....	XX
<i>Le Bel âge</i> Sommaire .....	XXI
<i>Le Bel âge</i> Tous les canadiens de 50 ans et plus à votre portée .....	XXII
<i>Le Bel âge</i> Profil du lecteur .....	XXIII
<i>Le Bel âge</i> Tarifs 2005 .....	XXIV
<i>Châtelaine</i> Les lectrices de <i>Châtelaine</i> et la santé .....	XXV
<i>Châtelaine</i> Les lectrices de <i>Châtelaine</i> et la nourriture .....	XXVI
<i>Châtelaine</i> Les lectrices de <i>Châtelaine</i> et la beauté .....	XXVII
<i>Châtelaine</i> Formulaire d'inscription à la Table ronde de <i>Châtelaine</i> .....	XXVIII
<i>Châtelaine</i> Dates de tombée et tarifs .....	XXIX
<i>Châtelaine</i> Tarifs publicitaires Web .....	XXX
Données sur le lectorat PMB 2003 .....	XXXI

Tableau II : Les articles par magazine en fonction du format (longueur) de chaque article

		Magazine			Total
Longueur de l'article	capsule ou encadré	Effectif	<i>L'actualité</i> *	<i>Le Bel âge</i>	<i>Châtelaine</i>
			81	23	18
		% dans Nombre de pages #	66,4%	18,9%	14,8%
		% dans Magazine *	42,9%	46,0%	20,7%
		% du total	24,8%	7,1%	5,5%
	<b>1 page</b>	<b>Effectif</b>	<b>23</b>	<b>5</b>	<b>32</b>
		% dans Nombre de pages	38,3%	8,3%	53,3%
		% dans Magazine	12,2%	10,0%	36,8%
		% du total	7,1%	1,5%	9,8%
	<b>2 à 4 pages</b>	<b>Effectif</b>	<b>67</b>	<b>5</b>	<b>21</b>
		% dans Nombre de pages	72,0%	5,4%	22,6%
		% dans Magazine	35,4%	10,0%	24,1%
		% du total	20,6%	1,5%	6,4%
	<b>5 pages et plus</b>	<b>Effectif</b>	<b>18</b>	<b>17</b>	<b>16</b>
		% dans Nombre de pages	35,3%	33,3%	31,4%
		% dans Magazine	9,5%	34,0%	18,4%
		% du total	5,5%	5,2%	4,9%
Total		Effectif	189	50	87
		% dans Magazine	100,0%	100,0%	100,0%
		% du total	58,0%	15,3%	26,7%

# Ce pourcentage par magazine se compare à celui qui indique le pourcentage total des articles du corpus publiés par le même magazine, au bas de la colonne. Par exemple : *Châtelaine* a publié 14,8 % des articles de format capsule ou encadré, alors que les articles de ce magazine représentent 26,7 % du total du corpus; il y a donc un écart négatif de plus de 12 points dans cette catégorie indiquant que *Châtelaine* est très peu porté à publier des articles très brefs comportant du religieux, en comparaison avec d'autres formats.

\* Ce pourcentage par catégorie se compare à celui qui indique le pourcentage total des articles publiés dans cette catégorie, au bout de la ligne. Par exemple, 46 % des articles comportant du religieux, publiés par *Le Bel âge*, avaient un format de moins d'une page, contre 37,4 % des articles publiés par l'ensemble du système; il y a donc un écart positif de plus de 10 points de pourcentage indiquant que *Le Bel âge* a une tendance nettement plus forte que l'ensemble des magazines à publier des articles très brefs comportant du religieux.

Tableau III : Les articles par magazine en fonction de l'importance du religieux dans chaque article

Importance relative du religieux dans l'article			Magazine			Total
			<i>L'actualité</i>	<i>Le Bel âge</i>	<i>Châtelaine</i>	
	prépondérante	Effectif	37	5	23	65
		% dans Importance relative du religieux dans l'article #	56,9%	7,7%	35,4%	100,0%
		% dans Magazine *	19,6%	10,0%	26,4%	19,9%
		% du total	11,3%	1,5%	7,1%	19,9%
	sous-jacente	Effectif	52	10	22	84
		% dans Importance relative du religieux dans l'article	61,9%	11,9%	26,2%	100,0%
		% dans Magazine	27,5%	20,0%	25,3%	25,8%
		% du total	16,0%	3,1%	6,7%	25,8%
	secondaire	Effectif	31	11	18	60
		% dans Importance relative du religieux dans l'article	51,7%	18,3%	30,0%	100,0%
		% dans Magazine	16,4%	22,0%	20,7%	18,4%
		% du total	9,5%	3,4%	5,5%	18,4%
	anecdotique	Effectif	69	24	24	117
		% dans Importance relative du religieux dans l'article	59,0%	20,5%	20,5%	100,0%
		% dans Magazine	36,5%	48,0%	27,6%	35,9%
		% du total	21,2%	7,4%	7,4%	35,9%
Total		Effectif	189	50	87	326
		% dans Magazine	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% du total	58,0%	15,3%	26,7%	100,0%

# Ce pourcentage par magazine se compare à celui qui indique le pourcentage total des articles du corpus publiés par le même magazine, au bas de la colonne. Par exemple : *L'actualité* a publié 56,9 % des articles où le religieux a une importance prépondérante alors que les articles de ce magazines représentent 58 % du total du corpus; il y a donc un écart négligeable des points de pourcentage dans cette catégorie indiquant que *L'actualité* accorde une importance prépondérante au religieux dans des proportions comparables au total de ses articles dans notre corpus.

\* Ce pourcentage par catégorie se compare à celui qui indique le pourcentage total des articles publiés dans cette catégorie, au bout de la ligne. Par exemple, 10 % des articles publiés par *Le Bel âge* accordaient au religieux importance prépondérante, contre 19,9 % des articles publiés par l'ensemble du système; il y a donc un écart négatif de près de 10 points de pourcentage indiquant que *Le Bel âge* a une tendance nettement plus faible que l'ensemble des magazines à accorder une importance prépondérante au religieux dans ses articles.

Tableau IV : Les articles par magazine en fonction de la valeur du religieux dans chaque article

Valeur de la représentation du religieux			Magazine			Total
			<i>L'actualité</i>	<i>Le Bel âge</i>	<i>Châtelaine</i>	
	+ surtout positive	Effectif	63	37	51	151
		% dans Valeur de la représentation du religieux #	41,7%	24,5%	33,8%	100,0%
		% dans Magazine *	33,3%	74,0%	58,6%	46,3%
		% du total	19,3%	11,3%	15,6%	46,3%
	± négative et positive (nuancée)	Effectif	45	5	11	61
		% dans Valeur de la représentation du religieux	73,8%	8,2%	18,0%	100,0%
		% dans Magazine	23,8%	10,0%	12,6%	18,7%
		% du total	13,8%	1,5%	3,4%	18,7%
	- surtout négative	Effectif	46	1	3	50
		% dans Valeur de la représentation du religieux	92,0%	2,0%	6,0%	100,0%
		% dans Magazine	24,3%	2,0%	3,4%	15,3%
		% du total	14,1%	,3%	,9%	15,3%
	= neutre	Effectif	35	7	22	64
		% dans Valeur de la représentation du religieux	54,7%	10,9%	34,4%	100,0%
		% dans Magazine	18,5%	14,0%	25,3%	19,6%
		% du total	10,7%	2,1%	6,7%	19,6%
Total		Effectif	189	50	87	326
		% dans Valeur de la représentation du religieux	58,0%	15,3%	26,7%	100,0%
		% du total	58,0%	15,3%	26,7%	100,0%

# Ce pourcentage par magazine se compare à celui qui indique le pourcentage total des articles du corpus publiés par le même magazine, au bas de la colonne. Par exemple : *Le Bel âge* a publié 24,5 % des articles à valeur positive tandis que les articles de ce magazine représentent 15,3 % du total du corpus; il y a donc un écart positif de plus de 9 points dans cette catégorie indiquant que *Le Bel âge* est beaucoup porté à accorder une valeur positive au religieux.

\* Ce pourcentage par catégorie se compare à celui qui indique le pourcentage total des articles publiés dans cette catégorie, au bout de la ligne. Par exemple, 33,3 % des articles publiés par *L'actualité* accordaient au religieux une valeur plutôt positive, contre 46,3 % des articles publiés par l'ensemble du système; il y a donc un écart négatif de 12 points de pourcentage indiquant que *L'actualité* a une tendance nettement plus faible que l'ensemble des magazines à accorder une valeur positive au religieux.



**Tableau V : Les articles où le religieux occupe une importance prépondérante en fonction de la valeur de représentation accordée au religieux**

			Magazine			Total
			<i>L'actualité</i>	<i>Le Bel âge</i>	<i>Châtelaine</i>	
Articles où le religieux occupe une importance prépondérante ET ...	a une valeur de représentation surtout positive	Effectif	9	5	17	31
		% valeur de représentation	29,0%	16,1%	54,8%	100,0%
	a une valeur de représentation plutôt nuancée	Effectif	12	0	3	15
		% valeur de représentation	80,0%		20,0%	100,0%
	a une valeur de représentation surtout négative	Effectif	12	0	0	12
		% valeur de représentation	100,0%			100,0%
	a une valeur de représentation neutre	Effectif	4		3	7
		% valeur de représentation	57,1%		42,9%	100,0%
Total		Effectif	37	5	23	65
		% du total	58,0%	15,3%	26,7%	100,0%

**Tableau VI : Les articles où le religieux occupe une importance prépondérante ou sous-jacente en fonction de la valeur de représentation accordée au religieux**

			Magazine			Total
			<i>L'actualité</i>	<i>Le Bel âge</i>	<i>Châtelaine</i>	
Articles où le religieux occupe une importance prépondérante ou sous-jacente ET ...	a une valeur de représentation surtout positive	Effectif	32	13	33	78
		% valeur de représentation	41,0%	16,7%	42,3%	100,0%
	a une valeur de représentation plutôt nuancée	Effectif	32	2	7	41
		% valeur de représentation	78,0%	4,9%	17,1%	100,0%
	a une valeur de représentation surtout négative	Effectif	18	0	1	19
		% valeur de représentation	94,7%		5,3%	100,0%
	a une valeur de représentation neutre	Effectif	7	0	4	11
		% valeur de représentation	63,6%		36,4%	100,0%
	Total	Effectif	37	5	23	65
		% du total	58,0%	15,3%	26,7%	100,0%



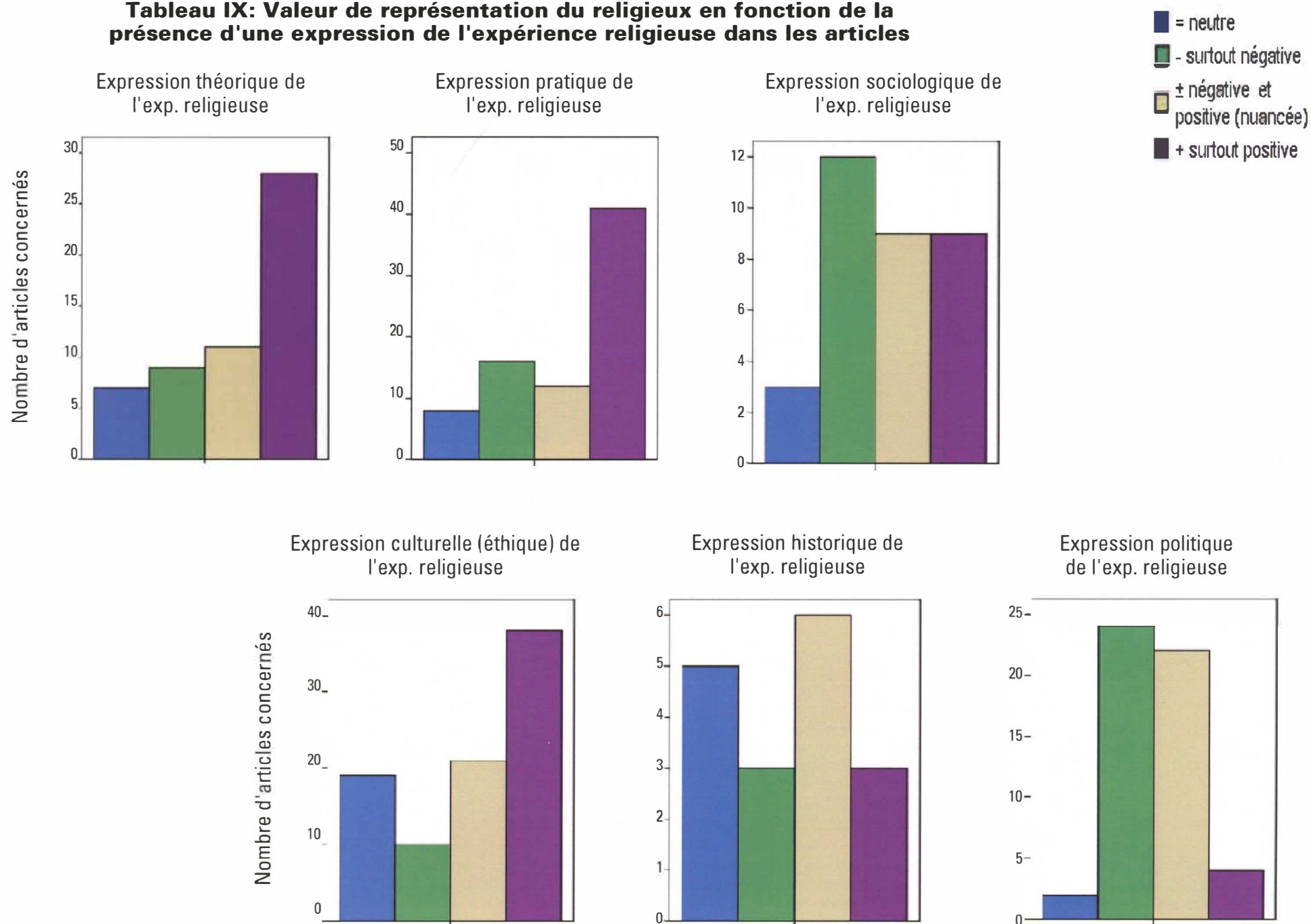
Tableau VII : L'importance relative du religieux en fonction de la longueur des textes

			Importance relative du religieux dans l'article				Total
			prépondérante	sous-jacente	secondaire	anecdotique	
Longueur de l'article	capsule ou encadré	Effectif	25	22	18	57	122
		% dans Longueur de l'article	20,5%	18,0%	14,8%	46,7%	100,0%
		% dans Importance relative du religieux dans l'article	38,5%	26,2%	30,0%	48,7%	37,4%
	1 page	% du total	7,7%	6,7%	5,5%	17,5%	37,4%
		Effectif	11	20	9	20	60
		% dans Longueur de l'article	18,3%	33,3%	15,0%	33,3%	100,0%
		% dans Importance relative du religieux dans l'article	16,9%	23,8%	15,0%	17,1%	18,4%
	2 à 4 pages	% du total	3,4%	6,1%	2,8%	6,1%	18,4%
		Effectif	21	29	18	25	93
		% dans Longueur de l'article	22,6%	31,2%	19,4%	26,9%	100,0%
		% dans Importance relative du religieux dans l'article	32,3%	34,5%	30,0%	21,4%	28,5%
	5 pages et plus	% du total	6,4%	8,9%	5,5%	7,7%	28,5%
		Effectif	8	13	15	15	51
		% dans Longueur de l'article	15,7%	25,5%	29,4%	29,4%	100,0%
		% dans Importance relative du religieux dans l'article	12,3%	15,5%	25,0%	12,8%	15,6%
		% du total	2,5%	4,0%	4,6%	4,6%	15,6%
Total		Effectif	65	84	60	117	326
		% du total	19,9%	25,8%	18,4%	35,9%	100,0%

**Tableau VIII : Valeur de la représentation du religieux en fonction de la présence d'une dimension de la profondeur et/ou d'une expression de l'expérience religieuse**

	Valeur de la représentation du religieux				Total
	= neutre	- surtout négative	± négative et positive (nuancée)	+ surtout positive	
Présence dans l'article d'une dimension de la profondeur et d'une expression de l'expérience religieuse	10	12	36	52	110
Présence dans l'article d'une dimension de la profondeur seulement (sans expression de l'expérience religieuse)	18	1	10	60	89
Présence dans l'article d'une expression de l'expérience religieuse seulement (sans une dimension de la profondeur)	24	33	15	35	107
<b>Total</b>	<b>52</b>	<b>46</b>	<b>61</b>	<b>147</b>	<b>306</b>

**Tableau IX: Valeur de représentation du religieux en fonction de la présence d'une expression de l'expérience religieuse dans les articles**



**Tableau X : Répartition des communautés cultuelles en fonction de la présence d'une dimension de la profondeur ou d'une expression de l'expérience religieuse**

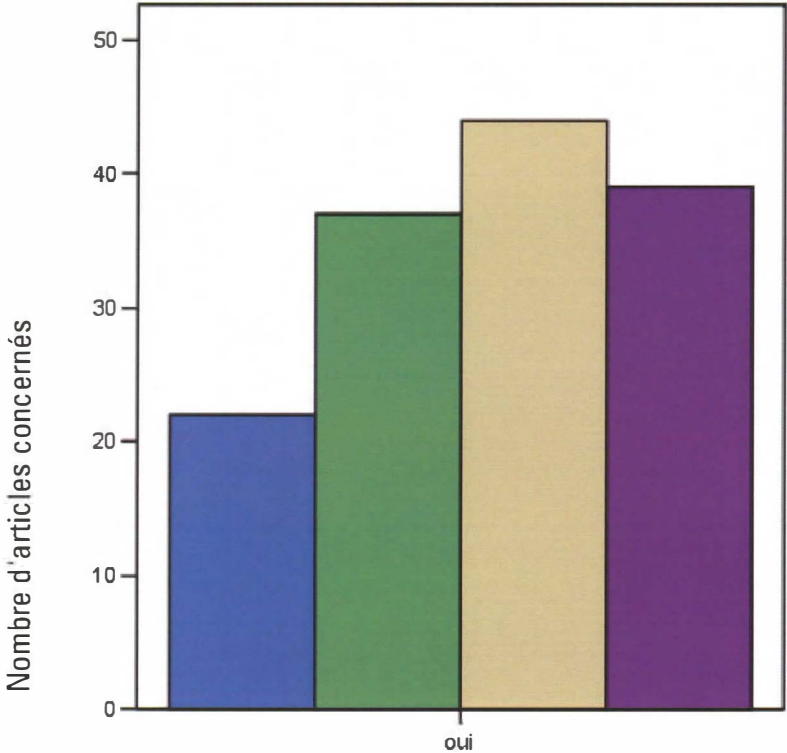
Communauté cultuelle	Dimension de la profondeur		Expression de l'expérience religieuse		Total
	non	oui	non	oui	
Athée	2	0	0	2	2
Catholique	21	19	7	33	40
Chrétienne autre que catholique ou non précisée	9	2	0	11	11
Agnostique ou croyante	0	1	1	0	1
Juive	4	2	0	6	6
Multiples	14	21	1	34	35
Musulmane	16	15	2	29	31
NMR ou ésotérisme	6	2	1	7	8
De traditions orientale (bouddhiste, hindoue, ...)	3	4	3	4	7
Traditionnelle ou animiste	0	2	1	1	2
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>75</b>	<b>16</b>	<b>127</b>	<b>143</b>

Tableau XI: Valeur de représentation du religieux en fonction de la présence d'une communauté culturelle (diagramme à barres)

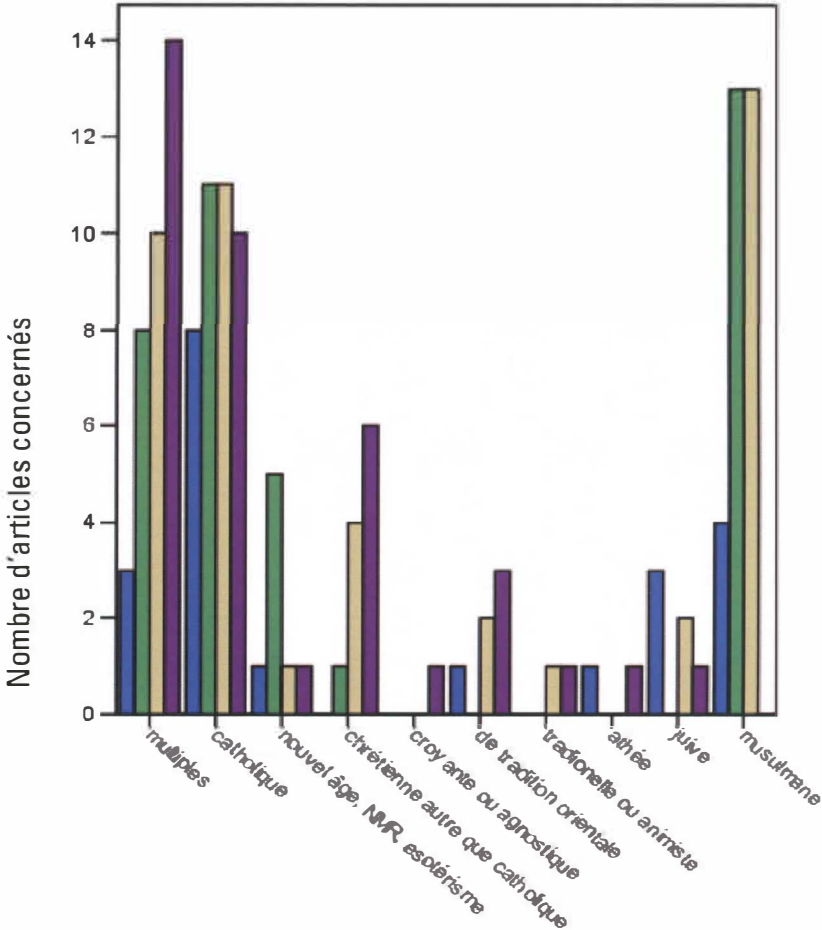
Valeur de la représentation du religieux

- = neutre
- - surtout négative
- ± négative et positive (nuancée)
- + surtout positive

### Communauté culturelle



### Quelle communauté culturelle



# L'actualité

## PROFIL RÉDACTIONNEL

### *L'actualité :* le grand magazine d'information du Québec

**V**OUÉ AUX GRANDS REPORTAGES, À L'ANALYSE ET À LA RÉFLEXION, *L'ACTUALITÉ* EST LE MAGAZINE D'INFORMATION LE PLUS IMPORTANT DU QUÉBEC ET L'UN DES GRANDS PÉRIODIQUES DE LANGUE FRANÇAISE DANS LE MONDE. ÉCRIT POUR ET PAR DES QUÉBÉCOIS, *L'ACTUALITÉ* EST LEUR MAGAZINE NATIONAL. À LA FOIS BRANCHÉ SUR LE QUÉBEC ET OUVERT SUR LE MONDE.

*L'actualité* s'efforce de repérer pour ses lecteurs les tendances significatives. Il évite les modes passagères et le conformisme intellectuel. Il aborde sans détour les sujets importants de notre époque pour faire de ses pages un lieu de débats sur les enjeux de société. Magazine sans frontières, *L'actualité* explore le monde pour faire émerger les idées, les solutions, les réussites et les gens qui les incarnent.

Les journalistes et les collaborateurs de *L'actualité* scrutent tous les terrains pour satisfaire la curiosité des lecteurs... des laboratoires scientifiques aux coulisses de la vie culturelle, des couloirs du monde de l'éducation à ceux du monde des affaires, des rues de Montréal à celles de Londres, Berlin ou Shanghai... À chaque numéro, *L'actualité* présente des reportages, des dossiers fouillés, des entretiens fascinants. En outre, des chroniques alliant rigueur et style sur la santé, les livres, l'économie, les vins et l'actualité culturelle trouvent place dans nos pages.



**MARC BLONDEAU**  
Éditeur  
Président des Éditions  
Rogers Media



**CAROLE BEAULIEU**  
Rédactrice en  
chef



**J.-BERNARD FAUCHER**  
Rédacteur en chef  
adjoint



**JOCELYNE FOURNEL**  
Directrice artistique

Face au déferlement incessant de l'information dans un monde hyper-médiatisé, *L'actualité* s'applique à faire le tri pour présenter à ses lecteurs, de manière organisée, approfondie et vulgarisée, l'essentiel à connaître et à comprendre. Ce travail a valu à ceux qui y prennent part plus de 350 prix et mentions depuis la fondation du magazine, à l'échelle du Québec et du Canada.

Mais, en fin de compte, c'est l'appréciation des lecteurs qui constitue le principal baromètre du succès d'un magazine. Naturellement, cela se vérifie par le tirage à chaque numéro, mais aussi parfois de façon inattendue. Par exemple, on apprenait récemment qu'un groupe d'étudiants de niveau collégial avaient décidé d'emporter avec eux des exemplaires de *L'actualité* lors d'un stage en Europe pour illustrer ce qu'est le Québec d'aujourd'hui.

Que demander de mieux comme stimulant pour poursuivre l'aventure !



## L'actualité

atteint plus d'un  
million de lecteurs  
toutes les deux  
semaines.

**L'**AUDITOIRE QUE NOUS VOUS OFFRONS, TOUS LES 15 JOURS, N'EST PAS SEULEMENT VASTE : C'EST LE MEILLEUR QUI SOIT. PLUS INSTRUITS, PLUS RICHES, PLUS DYNAMIQUES ET PLUS INDÉPENDANTS QUE LA MOYENNE, NOS LECTEURS SONT DES CONSOMMATEURS AVERTIS, LEADERS DE LEUR COMMUNAUTÉ.

Grands voyageurs, épicuriens, les lecteurs de *L'actualité* ont un revenu discrétionnaire élevé qui leur permet de réaliser leurs rêves, et ce, dès maintenant. *L'actualité* leur permet de prendre le pouls de leur monde et ils en profitent en consacrant près d'une heure de lecture à chaque numéro.

Les lecteurs de *L'actualité* ont des placements et épargnes s'élevant à 17,6 milliards de dollars, et chaque année ils mettent plus de 1,6 milliard de dollars dans leurs REER. En tant que décideurs dans leur entreprise, ils ont la responsabilité de dépenser un total de 10,3 milliards de dollars en produits et services.\*

**L'ACTUALITÉ EST LA  
PUBLICATION D'AFFAIRES  
LA PLUS LUE.**

### Lectorat :

L'actualité	1 149 000
Affaires +	436 000
Journal Les Affaires	412 100
Revue Commerce	210 100
PME	214 100

# L'actualité

## PROFIL DES LECTEURS

### PMB en un coup d'œil

Nombre de lecteurs :	1 149 000
Âge moyen :	42 ans
Hommes :	49 % (561 000)
Femmes :	51 % (588 000)
Nombre de lecteurs par exemplaire :	6
Nombre moyen de séances de lecture :	2,3
Temps moyen de lecture :	54 minutes

### L'ACTUALITÉ PREND LES DEVANTS DANS LES CATÉGORIES SUIVANTES\* :

SPBM (professionnels et chefs d'entreprises de haut niveau)	31 %
MOPE (directeurs, propriétaires, professionnels, cadres)	30 %
Diplômés universitaires +	35 %
Revenu personnel 75 000 \$ +	32 %
Adultes avec un bureau à la maison	29 %
Adultes ayant fait plus de six voyages d'affaires au cours des 12 derniers mois	33 %

### L'ACTUALITÉ EST LA PUBLICATION D'AFFAIRES NUMÉRO 1 POUR ATTEINDRE LES ADULTES :

Ayant 50 000 \$ + en épargne et placements	24 %
Utilisant quotidiennement Internet à la maison	21 %
Cotisant à un REER 10 000 \$ + / an	28 %
Ayant acheté un véhicule neuf au cours des 12 derniers mois	25 %

Source : PMB 2004, Canada total 12 +  
\* PMB 2004, Canada français 18 +



# L'actualité

## CARTE DE TARIFS



### PROJETS SPÉCIAUX

Le Service de promotion de *L'actualité* a toute la compétence nécessaire pour vous assister à l'occasion du lancement d'un produit, de l'anniversaire d'une entreprise, pour des innovations marketing, etc. Ce service peut créer et produire des sections publicitaires spéciales ou réaliser tout autre projet adapté à vos besoins.

### ENCARTS

Tarifs sur demande. Les encarts contribuent au volume d'annonces en emplacement ordinaire, au prorata du prix net d'une page en emplacement ordinaire.

### LISTE DE DÉTAILLANTS

Les inscriptions adjacentes à l'annonce peuvent être achetées à 50 % du prix.

### RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX

**A.** Ces tarifs s'appliquent à compter du numéro de février 2004. *L'actualité* se réserve le droit de modifier ses tarifs même sur les contrats en cours, avec un préavis de deux mois. Les annonceurs incapables d'absorber une éventuelle modification pourront rompre leur contrat, sans rajustement de tarif.

**B.** Annulations : aucune annulation d'insertion n'est acceptée après la date de tombée. Aucune annulation n'est acceptée pour les réservations de couvertures, de positions spéciales, de cahiers spéciaux, de suppléments et d'encarts.

**C.** Positions préférentielles ou spéciales : supplément de 10 %.

**D.** Cinquième rouleau : si l'impression de l'annonce nécessite un cinquième rouleau, par exemple pour une couleur pure ou métallique, le tarif quatre couleurs sera majoré de 20 %. Pleines pages et doubles pages seulement.

**E.** Tarif spécial sur demande pour les organismes de charité ou d'éducation.

### COMMISSIONS AUX AGENCES

15 % aux agences reconnues, sur la facturation brute d'espace, la couleur et les emplacements préférentiels. Aucune commission n'est consentie sur le prix des tirés à part, la production, les frais de service, etc.

### RENSEIGNEMENTS DIVERS

- *L'actualité*, fondé en 1976, est publié en français à Montréal par Les Éditions Rogers Media, 1200, avenue McGill College, bureau 800, Montréal (Québec) H3B 4G7.
- *L'actualité* est publié deux fois par mois, sauf aux mois de janvier, février, juillet et août, pour lesquels un seul numéro paraît.
- La diffusion payée de *L'actualité* est de 186 725 exemplaires (ABC pour la période de six mois se terminant le 30 juin 2004).
- L'abonnement à *L'actualité* se vend 37,95 \$ par année pour le Canada, 56,05 \$ pour les États-Unis et 116,05 \$ pour les abonnés des autres pays. Le prix de l'exemplaire est de 4,75 \$.
- Rogers Media est une société spécialisée en communications. Rogers Media publie également *Châtelaine*, *Loulou*, *Le Bulletin des agriculteurs*, *L'actualité médicale*, l'hebdomadaire de langue anglaise *Maclean's*, le mensuel *Flare* et plusieurs publications commerciales.
- Membre de l'Audit Bureau of Circulations, office de justification de la diffusion.
- Membre de Print Measurement Bureau, office d'évaluation (des audiences).
- Membre de l'Association québécoise des éditeurs de magazines.
- Membre de Canadian Magazines Publishers Association.
- Membre de Magazines Canada.

### CONDITIONS

**A.** L'éditeur n'est lié en aucune façon autre que par les stipulations de la présente carte, quelque indication ou condition, imprimée ou manuscrite, que puissent porter d'autres contrats ou instructions accompagnant les éléments d'une annonce.

**B.** Les annonceurs et les agences de publicité se tiennent responsables du contenu des annonces et assument toute responsabilité en cas de réclamation (texte, illustration et présentation).

**C.** Les contrats en vigueur depuis 6 mois et plus peuvent être révisés pour obtenir un volume plus important. Tout crédit éventuel sera remis sous forme d'espace plutôt qu'en argent et devra être utilisé dans les 60 jours suivant l'expiration de l'ancien contrat.

**D.** *L'actualité* refuse toute responsabilité pour la non-insertion d'une annonce, quelle qu'en soit la cause.

**E.** Dès qu'il a assuré le tirage de l'annonce et pris des mesures raisonnables pour en assurer la distribution, l'éditeur est en droit de recevoir le paiement.

**F.** L'éditeur se réserve le droit de refuser toute publicité qui ne serait pas à sa convenance.

**G.** L'éditeur signalera par les mots « annonce » ou « publicité » toute publicité présentant, à son avis, un caractère rédactionnel.

**H.** Cette carte de tarifs s'applique uniquement à la publicité d'affaires courante de l'annonceur; l'espace qu'il requerra à d'autres fins sera compté au plein tarif.

**I.** Toute réclamation pour la réduction d'un compte découlant d'un contrat doit être faite avant 60 jours de l'expiration dudit contrat.

**J.** Les accords verbaux ne sont pas reconnus par l'entreprise.

**K.** Les prix n'incluent pas la taxe sur les produits et services (TPS) de 7 %, là où elle s'applique. Dans la plupart des cas, la TPS est recouvrable et n'affecte pas le prix de la publicité.

### GARANTIE

L'éditeur garantit que la déduction à des fins fiscales du coût de la publicité dans ce périodique n'est en rien restreinte par l'article 19 de la Loi canadienne de l'impôt. Les annonceurs qui paient de l'impôt au Canada peuvent réclamer la déduction, à titre de dépense légitime, du coût de l'espace publicitaire qu'ils retiennent dans cette publication.





# L'actualité

## CARTE DE TARIFS N° 30

En vigueur à partir du numéro de février 2005

**LECTORAT TOTAL : 1 149 000**

	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>
Fréquence de parution	1 à 3	4 à 8	9 à 12	13 et plus

### QUATRE COULEURS

Pleine page	16 990 \$	16 285 \$	15 725 \$	15 220 \$
Double page	33 980 \$	32 575 \$	31 445 \$	30 445 \$
2/3 de page horiz. ou 2 colonnes	13 590 \$	13 040 \$	12 575 \$	12 175 \$
1/2 page horiz. ou double 3/4 de colonne (mini-page)	11 890 \$	11 400 \$	10 995 \$	10 650 \$
Bandeau	10 025 \$	9 615 \$	9 275 \$	8 980 \$
1 colonne ou 1/3 carré	8 160 \$	7 820 \$	7 545 \$	7 310 \$
Couverture intérieure	18 685 \$	17 915 \$	17 290 \$	16 740 \$
Couverture extérieure	20 385 \$	19 545 \$	18 860 \$	18 265 \$

### BUREAUX

#### SIÈGE SOCIAL

1200, avenue McGill College,  
Bureau 800  
Montréal (Québec)  
H3B 4G7  
Téléphone : (514) 843-2530  
Télécopieur : (514) 843-2181  
ventespub@lactualite.rogers.com  
www.lactualite.com

#### TORONTO

One Mount Pleasant Road  
Toronto (Ontario) M4Y 2Y5  
Téléphone : (416) 764-1300  
Télécopieur : (416) 764-1301  
adsales@macleans.ca

#### ÉTATS-UNIS (Nord-Est)

261 Fifth Avenue, 8th Floor  
New York, NY 10016  
Téléphone : (212) 619-6009  
Télécopieur : (212) 619-0143  
nclayton@rogersmis.com

#### ÉTATS-UNIS (Ouest)

300 Montgomery Street,  
Suite 201  
San Francisco, CA 94104  
Téléphone : (415) 421-7950  
Télécopieur : (415) 398-4156  
peterd@pscottassoc.com

### NOIR ET UNE COULEUR\*

Pleine page	14 955 \$	14 340 \$	13 840 \$	13 395 \$
Double page	29 910 \$	28 680 \$	27 675 \$	26 795 \$
2/3 de page horiz. ou 2 colonnes	11 960 \$	11 470 \$	11 070 \$	10 720 \$
1/2 page horiz. ou double 3/4 de colonne (mini-page)	10 465 \$	10 035 \$	9 690 \$	9 380 \$
Bandeau	8 825 \$	8 465 \$	8 170 \$	7 900 \$
1 colonne ou 1/3 carré	7 175 \$	6 880 \$	6 640 \$	6 425 \$

### NOIR ET BLANC

Pleine page	13 255 \$	12 710 \$	12 260 \$	11 870 \$
Double page	26 510 \$	25 420 \$	24 520 \$	23 740 \$
2/3 de page horiz. ou 2 colonnes	10 560 \$	10 170 \$	9 810 \$	9 490 \$
1/2 page horiz. ou double 3/4 de colonne (mini-page)	9 275 \$	8 900 \$	8 580 \$	8 310 \$
Bandeau	7 820 \$	7 500 \$	7 235 \$	7 010 \$
1 colonne ou 1/3 carré	6 365 \$	6 110 \$	5 895 \$	5 700 \$

Fonds perdus : SANS FRAIS  
Lectorat total basé sur PMB 2004

\* Les couleurs demandées ne sont pas toujours disponibles.  
Consultez chaque fois le service de la production, au (416) 764-1412.

# En bref

<b>Lancement</b>	Octobre 1987
<b>Public cible</b>	Francophones de 50 ans et plus
<b>Fréquence</b>	11 numéros par année Numéro juillet/août couplé
<b>Distribution</b>	Québec français
<b>Tirage</b>	Exemplaires payés : 148 909 Abonnement : 95 % Vérifié par ABC Factbook, pour les 6 mois se terminant le 30 juin 2004

Moyenne de lecteurs par numéro **819 000\***

<b>Mandat</b>	Information utile axée sur les besoins et le mode de vie des 50 ans et plus
---------------	--



<b>Lancement</b>	Mars 1990
<b>Public cible</b>	Canadiens de 50 ans et plus
<b>Fréquence</b>	11 numéros par année Numéro juillet/août couplé
<b>Distribution</b>	Canada anglais
<b>Tirage</b>	Exemplaires payés : 150 510 Abonnement : 100 % Vérifié par ABC Factbook, pour les 6 mois se terminant le 30 juin 2004

Moyenne de lecteurs par numéro **600 000\***

<b>Mandat</b>	Information utile axée sur les besoins et le mode de vie des 50 ans et plus
---------------	--



**Tirage combiné total 302 872**

\*Source : PMB 2004

# Sommaire



- tendances mode, nouvelles couleurs
- maquillage, coloration, etc.
- saveurs : alimentation, suggestions de vin, restaurants, boutiques
- cuisine express : recettes en trente minutes ou moins
- loisirs, sorties, etc.
- problèmes de santé, solutions, traitements, prévention
- activités sportives, exercices
- cures maison, chirurgies esthétiques
- homéopathie, médecines douces, etc.
- bien-être psychologique
- relations inter-personnelles
- conseils pour mieux naviguer
- sites à découvrir
- voyages, escapades, plein air
- conseils de spécialistes, finances personnelles
- planification de la retraite
- protection des consommateurs, etc.



# Tous les canadiens

## de 50 ans et plus à votre portée



Un marché croissant...

- La population des groupes d'âge actifs plus âgés (45-64 ans) a grimpé de 5,4 millions à presque 7,3 millions au cours de la dernière décennie.
- Statistique Canada estime que les 45 ans et plus représenteront 46 % de la population en 2016.
- **Bénéficiant d'un pouvoir d'achat formidable, leur mode de vie sont principalement: santé, argent, mode, beauté, sport et voyages.**



La population des jeunes retraités (65-69 ans) a augmenté de 6 % au cours des 10 dernières années et grimpera de 31 % au cours de la prochaine décennie.

# Profil du lecteur



50 ans et plus	74 %
femme	68 %
propriétaire	67 %
sans prêt hypothécaire	65 %



50 ans et plus	78 %
femme	75 %
propriétaire	77 %
sans prêt hypothécaire	64 %

**\*NOTE :** La valeur familiale nette moyenne des Canadiens de 55 à 64 ans est de 455 000 \$.  
(celle des Canadiens de 25 à 34 ans est de 88 000 \$)

**Total des lecteurs BEL ÂGE + GOOD TIMES**

**1 404 000 \*\***

\* Source : Population au 1<sup>er</sup> juillet 2001 selon Statistique Canada

\* Globe & Mail, avril 2002

\*\* PMB 2004



# Tarifs 2005



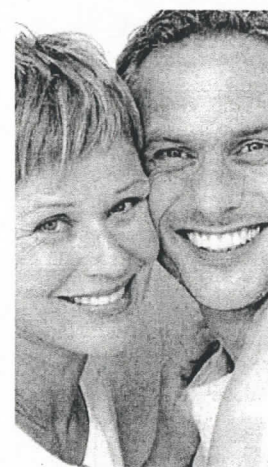
	1 à 3	4 à 7	8 à 11	12 X
4 couleurs				
Page	6 840 \$	6 635 \$	6 495 \$	6 300 \$
2/3 page	5 775 \$	5 595 \$	5 485 \$	5 320 \$
1/2 page junior	5 470 \$	5 305 \$	5 195 \$	5 040 \$
1/2 page horiz.	4 785 \$	4 640 \$	4 545 \$	4 415 \$
1/3 page vert./carré	3 970 \$	3 850 \$	3 775 \$	3 650 \$
Double page	11 625 \$	11 275 \$	11 045 \$	10 720 \$
Double demi-page	9 095 \$	8 820 \$	8 650 \$	8 390 \$
2 <sup>e</sup> couvert et page 3	14 525 \$	14 085 \$	13 800 \$	13 390 \$
3 <sup>e</sup> couvert	7 865 \$	7 625 \$	7 475 \$	7 250 \$
4 <sup>e</sup> couvert	8 550 \$	8 290 \$	8 125 \$	7 885 \$

Tarifs noir et blanc : rabais de 15 %.



	1 à 3	4 à 7	8 à 11	12 X
4 couleurs				
Page	8 195 \$	8 030 \$	7 870 \$	7 630 \$
2/3 page	7 045 \$	6 905 \$	6 765 \$	6 565 \$
1/2 page junior	6 555 \$	6 425 \$	6 300 \$	6 110 \$
1/2 page horiz./vert.	5 735 \$	5 625 \$	5 510 \$	5 345 \$
1/3 page vert./ carré	4 755 \$	4 660 \$	4 570 \$	4 430 \$
Double page	13 930 \$	13 655 \$	13 380 \$	12 980 \$
Double demi-page	10 905 \$	10 685 \$	10 475 \$	10 160 \$
2 <sup>e</sup> couvert et page 3	17 410 \$	17 060 \$	16 720 \$	16 225 \$
3 <sup>e</sup> couvert	9 425 \$	9 235 \$	9 050 \$	8 775 \$
4 <sup>e</sup> couvert	10 245 \$	10 035 \$	9 835 \$	9 545 \$

Tarifs noir et blanc : rabais de 15 %.



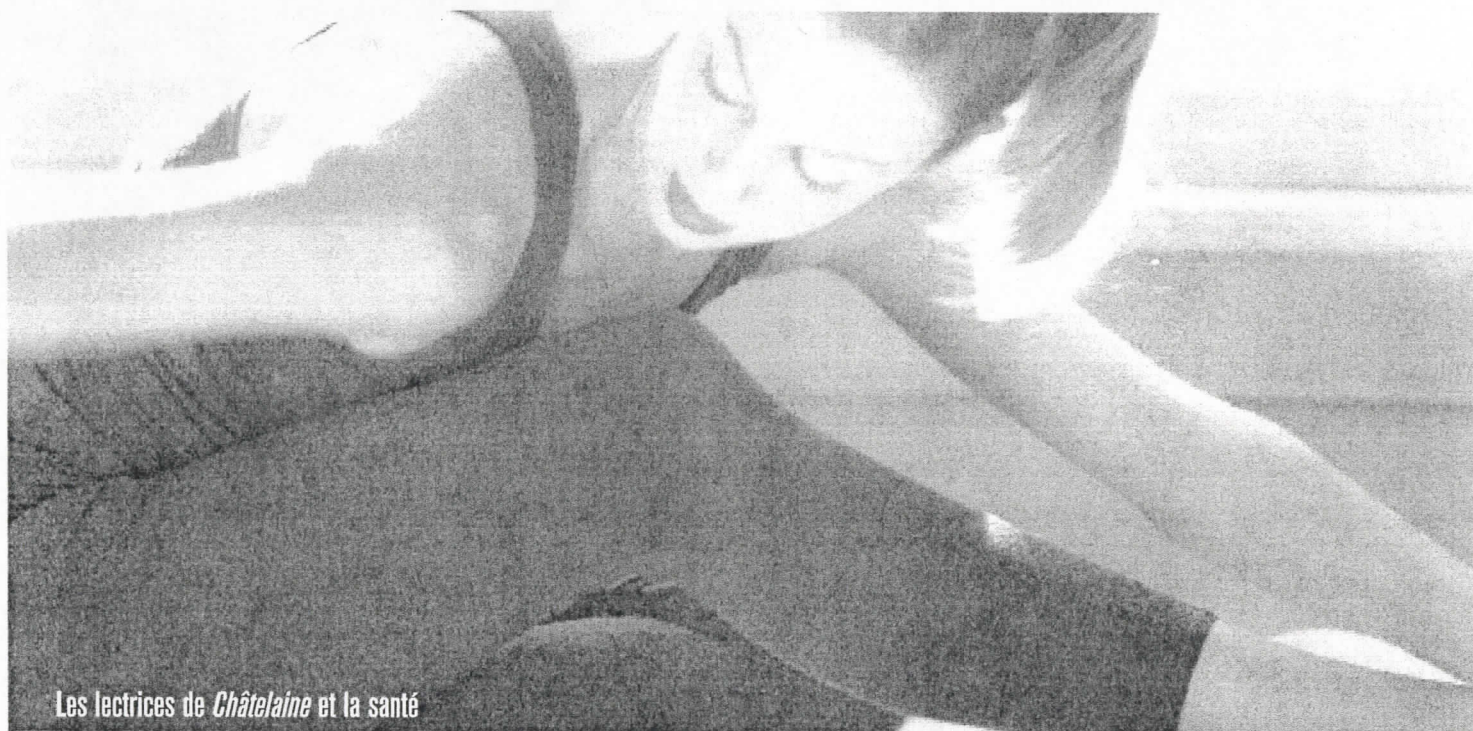
Commission,  
escompte de caisse  
et conditions

Une commission de 15 % sur la facturation brute de l'espace et sur les frais relatifs à la couleur et l'emplacement est accordée aux agences de publicité que Médias Transcontinental S.E.N.C. considère comme accréditées.

Aucune commission n'est accordée sur les frais mécaniques supplémentaires ni sur les réimpressions.

Position garantie : ajouter 20 %.

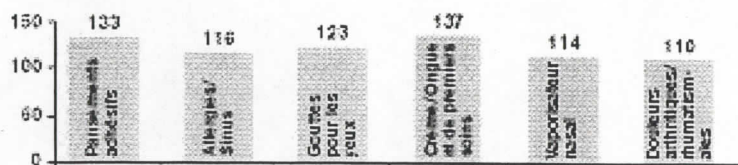
Coupons « pop-up », encarts réguliers et encarts libres :  
Le nombre d'emplacements est limité dans chaque numéro. Les taux et les spécifications sont disponibles sur demande. Tous les encarts doivent satisfaire aux règlements de Postes Canada.



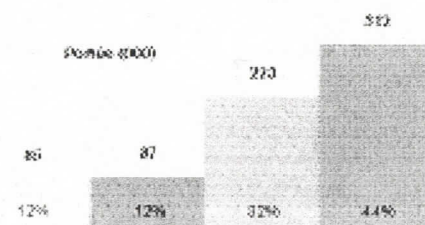
## Les lectrices de *Châtelaine* et la santé

- Le magazine *Châtelaine* est lu par un total de 708 000 femmes, soit une francophone de 18 ans ou plus sur quatre, ce qui représente une augmentation du lectorat de 15 % par rapport au PMB de 2003.
- 61 % de toutes les lectrices de *Châtelaine* ont utilisé un médicament contre le mal de tête ou des analgésiques au cours des 30 derniers jours; 56 % d'entre elles ont utilisé ces produits pour soulager le mal de tête.
- Châtelaine* touche 26 % de toutes les femmes francophones qui ont utilisé des médicaments contre le rhume, les allergies ou la sinusite au cours des 30 derniers jours.
- Les lectrices de *Châtelaine* sont 35 % plus susceptibles que la francophone moyenne de faire un régime amaigrissant.
- La moitié des lectrices de *Châtelaine* (49 %) ont acheté des crèmes ou écrans solaires au cours de la dernière année. Elles sont 14 % plus susceptibles que la francophone moyenne d'acheter ce type de produits.
- 39 % de toutes les femmes francophones qui portent des lentilles cornéennes lisent *Châtelaine*. Les lectrices de *Châtelaine* sont 50 % plus susceptibles de porter des lentilles cornéennes que la francophone moyenne.
- Près d'une lectrice de *Châtelaine* sur deux (45 %) est d'accord avec l'énoncé : « J'aime prendre en considération l'homéopathie et les plantes médicinales. » Nos lectrices sont 49 % plus susceptibles d'avoir suivi un traitement homéopathique au cours des six derniers mois que la francophone moyenne.
- Châtelaine* atteint le tiers (36 %) de toutes les femmes francophones qui ont subi des traitements médicaux ou une intervention chirurgicale au cours de la dernière année. Les lectrices de *Châtelaine* sont 37 % plus susceptibles d'avoir subi une opération que la francophone moyenne.
- Les lectrices de *Châtelaine* sont 42 % plus susceptibles que la francophone moyenne d'avoir utilisé des médicaments contre la nausée ou le mal des transports au cours des six derniers mois.

Grandes utilisatrices de... (produit utilisé 6 fois ou plus au cours des 30 jours précédents)  
Indice 110 ou plus



18-24 ans 25-34 ans  
35-44 ans 45+ ans



Pourcentage du lectorat

Base : Femmes francophones de 18 ans ou plus

Source : PMB 2004 - Étude du lectorat sur 2 ans, pondérée en fonction de la population

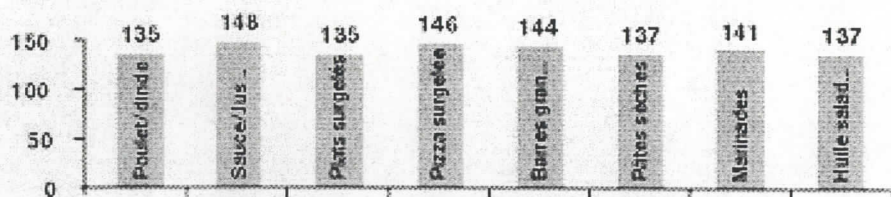




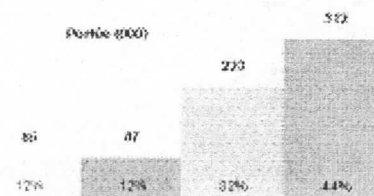
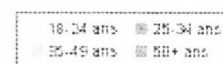
## Les lectrices de *Châtelaine* et la nourriture

- Le magazine *Châtelaine* est lu par un total de 708 000 femmes, soit une francophone de 18 ans ou plus sur quatre, ce qui représente une augmentation du lectorat de 15 % par rapport au PMB de 2003.
- Les lectrices de *Châtelaine* dépensent 130 \$ par semaine en moyenne à l'épicerie, soit 6 % de plus que la francophone moyenne, qui y dépense 123 \$ par semaine. Les lectrices de *Châtelaine* ont augmenté leurs dépenses d'alimentation de 7 % depuis le PMB de 2003 (la moyenne était alors de 121 \$ par semaine).
- Un tiers des lectrices de *Châtelaine* font des courses dans une épicerie trois fois par semaine ou plus.
- Une lectrice de *Châtelaine* sur quatre fait partie d'un ménage dont le revenu est de 75 000 \$ ou plus.
- Parmi toutes les femmes francophones qui ont utilisé des carrés de chocolat pour la cuisson au cours des 30 derniers jours, le tiers lit *Châtelaine*.
- 81 % des lectrices de *Châtelaine* ont fait usage de farine au cours des 30 derniers jours.
- Les lectrices de *Châtelaine* sont 36 % plus susceptibles que la francophone moyenne d'avoir utilisé du café de spécialité au cours des 30 derniers jours.
- *Châtelaine* touche 38 % des grandes utilisatrices de fromage à la crème, soit celles qui en ont utilisé 251 grammes ou plus au cours des 30 derniers jours.
- Les lectrices de *Châtelaine* dépensent 81,2 millions de dollars en produits d'épicerie au cours d'une semaine moyenne, ce qui représente 27 % des dépenses faites dans les supermarchés chaque semaine par les femmes francophones.
- L'indice de forte consommation est élevé chez les lectrices de *Châtelaine* pour les produits végétariens (129), la salsa (125) et les nouilles orientales (118).
- 43 % de nos lectrices sont absolument d'accord avec l'énoncé : « Je préfère les aliments "allégés" ou "pauvres en matières grasses". » L'indice est de 120 par rapport à la francophone moyenne.
- 42 % des lectrices de *Châtelaine* sont absolument d'accord avec l'énoncé : « J'aime cuisiner. » Elles sont 16 % plus susceptibles que la francophone moyenne d'être d'accord avec cet énoncé ; 72 % des lectrices de *Châtelaine* préparent régulièrement les repas elles-mêmes.

Grandes utilisatrices de...  
Indice de 135 ou plus



\* Définition basée sur le livre de codes de PMB



Pourcentage du lectorat

Base : Femmes francophones de 18 ans ou plus

Source : PMB 2004 - Étude du lectorat sur deux ans, pondérée en fonction de la population

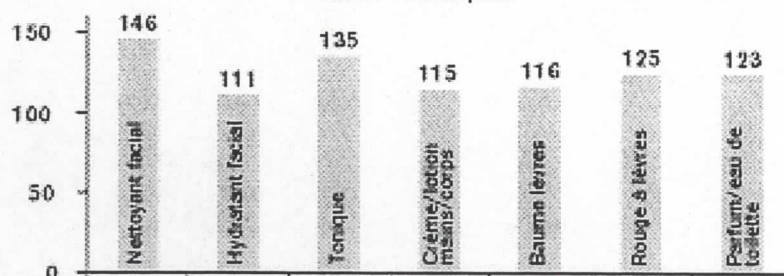




## Les lectrices de *Châtelaine* et la beauté

- Le magazine *Châtelaine* est lu par un total de 708 000 femmes, soit une francophone de 18 ans ou plus sur quatre, ce qui représente une augmentation du lectorat de 15 % par rapport au PMB 2003.
- Les lectrices de *Châtelaine* ont dépensé 13,9 millions de dollars en cosmétiques au cours des 30 derniers jours, ce qui correspond à 31 % de tous les cosmétiques achetés par les femmes francophones.
- Alors que l'ensemble de la catégorie des cosmétiques a progressé de 5 %, les lectrices de *Châtelaine* ont augmenté leurs dépenses en cosmétiques de 21 % depuis le PMB 2003.
- Une lectrice de *Châtelaine* sur quatre fait partie d'un ménage dont le revenu est de 75 000 \$ ou plus.
- 30 % de tous les dollars dépensés en vêtements féminins l'ont été par les lectrices de *Châtelaine* ; il en est allé de même pour 26 % de tous les dollars dépensés en bijoux fins pour soi-même et pour 32 % de tous les dollars dépensés en bijoux offerts en cadeau par les femmes francophones en une année.
- 490 000 (70 %) des lectrices de *Châtelaine* sont d'accord avec cet énoncé : « J'ai beaucoup plus confiance en moi quand je sais que je parais à mon avantage. »
- Les femmes qui se reconnaissent dans l'énoncé « J'aime changer d'apparence en utilisant des cosmétiques » ont 17 % plus de chances de lire *Châtelaine* que la femme moyenne.
- Les lectrices de *Châtelaine* ont présenté l'an passé des indices élevés pour les dépenses importantes en matière de vêtements féminins : 140 pour 1 001 \$ ou plus, et 142 pour 1 501 \$ ou plus.
- Près du tiers (32 %) des grandes utilisatrices de parfum ou d'eau de toilette (10 utilisations ou plus par semaine) lisent *Châtelaine*.
- Un peu plus du tiers (38 %) des lectrices de *Châtelaine* ont utilisé du vernis à ongles ou d'autres produits pour les ongles au cours des sept derniers jours; nos lectrices sont 20 % plus susceptibles d'utiliser ces produits que la femme francophone moyenne.
- Presque trois lectrices de *Châtelaine* sur quatre (68 %) utilisent régulièrement rouge à lèvres, crayon à lèvres ou brillant pour les lèvres (utilisés au cours des sept derniers jours); nos lectrices sont 15 % plus susceptibles d'utiliser ce type de produit.

Grandes utilisatrices de... (produit utilisé 10 fois ou plus au cours des sept derniers jours)  
Indice 110 ou plus



Base : Femmes francophones de 18 ans ou plus  
Source : PMB 2004 - Étude du lectorat sur deux ans, pondérée en fonction de la population

# Châtelaine

## Formulaire d'inscription à la Table ronde de Châtelaine

Bienvenue à la Table ronde de Châtelaine. Voici plus de détails sur ce nouvel outil.

Le magazine Châtelaine et son site Web, le [chatelaine.qc.ca](http://chatelaine.qc.ca), ont mis sur pied une Table ronde pour s'assurer qu'ils correspondent à ce que vous attendez d'eux. Chaque mois, nous enverrons un courriel à certaines personnes inscrites à la Table ronde afin qu'elles nous donnent leur opinion sur le numéro courant du magazine et sur le plus récent contenu du site [chatelaine.qc.ca](http://chatelaine.qc.ca). Le service de recherche du magazine Châtelaine transmettra ensuite ces commentaires directement à la rédactrice en chef du magazine, à l'équipe de rédaction et à la responsable du site Web. Elles tiendront compte de vos commentaires au moment de planifier le contenu du magazine et du site.

Dans tous les cas, vos commentaires ne seront utilisés qu'à des fins de recherche. Aucun produit ne vous sera proposé et aucune publicité ne vous sera envoyée. Votre identité demeurera confidentielle et ne sera transmise qu'au service de recherche de Châtelaine ainsi qu'à notre partenaire de recherche, Nooro Inc.

Pour vous remercier du temps que vous nous accorderez - entre 10 et 15 minutes par mois, habituellement - nous vous donnerons la chance de participer au tirage d'un chèque-cadeau de 200 \$ échangeables chez l'un de vos détaillants préférés. Chaque participation à un sondage donne droit à une chance de gagner.

Nous comptons sur vous pour nous aider à produire l'un des magazines et l'un des sites Web les plus appréciés des francophones du pays. Nous attendons impatiemment de vos nouvelles!

**Pour continuer, tapez votre adresse courriel ci-contre :**

Courriel:

Soumettez et continuez

Recommencer





Procédé d'impression : impression offset simultanée sur papier continu

Reliure : allemande

Dimensions de rognage :  
7 1/8 po x 10 1/2 po  
(200 mm x 267 mm)

## Châtelaine dates de tombée et tarifs

Un supplément de 15 % s'appliquera pour les emplacements privilégiés ou garantis.

Numéro	Réservation	Matériel	En kiosque
Février	25 nov.	6 déc.	7 janv.
Mars	30 déc.	4 janv.	4 févr.
Avril	27 janv.	7 févr.	4 mars
Mai	24 févr.	7 mars	8 avril
Juin	24 mars	4 avril	6 mai
Juillet	28 avril	2 mai	3 juin
Août	26 mai	6 juin	8 juil.
Septembre	23 juin	4 juil.	5 août
Octobre	28 juil.	2 août	2 sept.
Novembre	1 sept.	2 sept.	7 oct.
Décembre	29 sept.	3 oct.	4 nov.
Janvier 2006	27 oct.	7 nov.	9 déc.

La date de tombée des annonces fractionnelles est 4 jours avant la date de tombée des annonces de format régulier.

QUADRICHROMIE	1x	3x	6x	9x	12x
<b>Châtelaine – français</b>					
Pleine page	15 340 \$	14 860 \$	14 390 \$	13 750 \$	13 260 \$
2/3 page	13 140	12 730	12 330	11 780	11 370
Mini-page	12 340	11 960	11 580	11 070	10 670
1/2 page	10 160	9 860	9 530	9 110	8 790
1/3 de page	7 030	6 810	6 600	6 310	6 090
Double page	27 600	26 750	25 910	24 770	23 880
1/2 page double	19 310	18 720	18 110	17 430	16 710
Couverture avant intérieure	19 170	18 590	17 990	17 200	16 580
Couverture arrière intérieure	17 630	17 090	16 540	15 820	15 250
Couverture arrière extérieure	19 930	19 320	18 700	17 890	17 250



Procédé d'impression : impression offset simultanée sur papier continu

Reliure : allemande

Dimensions de rognage :  
7 1/8 po x 10 1/2 po  
(200 mm x 267 mm)

## Châtelaine dates de tombée et tarifs

Un supplément de 15 % s'appliquera pour les emplacements privilégiés ou garantis.

Numéro	Réservation	Matériel	En kiosque
Février	25 nov.	30 nov.	10 janv.
Mars	30 déc.	4 janv.	14 févr.
Avril	27 janv.	1 févr.	14 mars
Mai	24 févr.	1 mars	11 avril
Juin	24 mars	29 mars	9 mai
Juillet	28 avril	3 mai	13 juin
Août	26 mai	31 mai	11 juil.
Septembre	23 juin	28 juin	8 août
Octobre	28 juil.	2 août	12 sept.
Novembre	1 sept.	6 sept.	17 oct.
Décembre	29 sept.	4 oct.	14 nov.
Janvier 2006	27 oct.	1 nov.	12 déc.

La date de tombée des annonces fractionnelles est 4 jours avant la date de tombée des annonces de format régulier.

QUADRICHROMIE	1x	3x	6x	9x	12x
<b>Châtelaine – anglais</b>					
Pleine page	45 150 \$	43 770 \$	42 370 \$	40 520 \$	39 080 \$
2/3 de page	38 690	37 500	36 310	34 710	33 470
Mini-page	36 830	35 720	34 580	33 060	31 870
1/2 page	29 920	29 010	28 080	26 850	25 900
1/3 de page	20 720	20 080	19 440	18 600	17 920
Double page	81 280	78 800	76 270	72 940	70 320
1/2 page double	56 860	55 130	53 350	51 040	48 100
Couverture avant intérieure	56 440	54 720	52 970	50 670	48 840
Couverture arrière intérieure	51 920	50 350	48 720	46 620	44 930
Couverture arrière extérieure	58 700	56 920	55 100	52 700	50 800

### Editions régionales

Ontario/Ouest du Canada	44 690 \$	43 330 \$	41 940 \$	40 110 \$	38 670 \$
Est du Canada	33 910	32 880	31 820	30 440	29 330
Ontario	29 530	28 620	27 710	26 500	25 540
Ouest du Canada	21 030	20 390	19 730	18 870	18 190
Colombie-Britannique/Alberta	17 280	16 750	16 210	15 510	14 940
5 villes (anglais)	27 230	26 410	25 550	24 440	23 560

## Renseignements généraux

### Editions régionales

L'espace de l'édition nationale ne contribue aux réductions régionales que jusqu'à un maximum de 12 X du tarif régional de la réduction. Les annonces publiées dans des publications régionales n'ont pas en ligne de compte pour l'établissement des escomptes de fréquence accordés pour les éditions nationales.

### Modifications du texte, tirage partagé, éditions spéciales, pages de couverture, frais de retard

- Modifications du texte pour édition régionale :  
Quadrichromie : 3 025 \$ net  
Nir et blanc : 1 900 \$ net
- Prix pour 8" couleur métallique ou fluorescente : sur demande
- Annonces à fond perdu : aucun supplément
- Emplacement spécial pour une seule annonce ou une série d'annonces : supplément de 15 %
- Tout annonceur qui nous fait parvenir son annonce au-delà de la date de délai supplémentaire finale devra assumer des frais de retard de 700 \$ net.

Châtelaine/Châtelaine ne peuvent garantir ni un positionnement de publicité ni une vérification de contrôle de la qualité pour tout matériel publicitaire reçu après la date de délai supplémentaire finale.

### Tarif, prix et taxes

15 % de réduction des tarifs de quadrichromie.

### Esquisses publicitaires

Un nombre limité de brochures, d'encarts à volets, de cartes-réponses et d'encarts parfumés peut être accepté pour les éditions nationales, régionales ou urbaines ou dans des marchés sélectionnés, lorsque les conditions techniques le permettent.

Le client peut fournir des encarts à inclure dans les polystyres recyclables de Châtelaine et Châtelaine. Veuillez communiquer avec votre représentant pour plus de renseignements.

Châtelaine et Châtelaine acceptent les encarts fournis par l'annonceur ou offert des services d'impression aux mesures.

Les tarifs seront fournis sur demande : les annonces par écrit seront acceptées pour une période de trente (30) jours.

Les encarts et les encadrés ne contribuent pas à des réductions en emplacement ordinaire. Les bons d'insertion réalisés aux encarts ne peuvent être annulés à partir de 90 jours précédant la date limite de réception des annonces.

Des frais de production supplémentaires seront facturés aux clients qui désirent coller un encart ou un échantillon utilisable à une page en emplacement ordinaire. Des frais postaux s'appliqueront pour les encarts à pages multiples et les échantillons utilisables.

L'emplacement prévu pour les encarts fraction de page est normalement le bas de la page.

Note : Les cartes-réponses ou les encarts parfumés doivent être accompagnés d'un moins une annonce pleine page (Net 1 couleur ou N/B) ou une annonce d'un coût équivalent.

### Commission et escomptes de classe

Commission d'agence : 15 % aux agences reconnues seulement, sur facturation brute d'espace, de couleur et d'emplacement. Aucune commission n'est accordée sur les autres coûts comme les frais de montage supplémentaires, les tirés à part, etc.

L'espace sera facturé au tarif unitaire jusqu'à la réception d'un contrat qui précise le niveau de fréquence. Règlement au bureau de l'éditeur, en argent canadien ou en devises de valeur équivalente, au cours du change en vigueur au moment du paiement.

Tout espace dans Châtelaine et Châtelaine doit être confirmé par un bon d'insertion écrit, reçu à nos bureaux à la date de tombée du numéro ou avant celle-ci.

Les ententes verbales ne seront pas acceptées par Rogers Media.

Tout espace dans Châtelaine et Châtelaine doit être confirmé par un bon d'insertion écrit, reçu à nos bureaux à la date de tombée du numéro ou avant celle-ci.

Tout espace dans Châtelaine et Châtelaine doit être confirmé par un bon d'insertion écrit, reçu à nos bureaux à la date de tombée du numéro ou avant celle-ci.

Tout espace dans Châtelaine et Châtelaine doit être confirmé par un bon d'insertion écrit, reçu à nos bureaux à la date de tombée du numéro ou avant celle-ci.

Tout espace dans Châtelaine et Châtelaine doit être confirmé par un bon d'insertion écrit, reçu à nos bureaux à la date de tombée du numéro ou avant celle-ci.

Tout espace dans Châtelaine et Châtelaine doit être confirmé par un bon d'insertion écrit, reçu à nos bureaux à la date de tombée du numéro ou avant celle-ci.

Tout espace dans Châtelaine et Châtelaine doit être confirmé par un bon d'insertion écrit, reçu à nos bureaux à la date de tombée du numéro ou avant celle-ci.

Tout espace dans Châtelaine et Châtelaine doit être confirmé par un bon d'insertion écrit, reçu à nos bureaux à la date de tombée du numéro ou avant celle-ci.

Tout espace dans Châtelaine et Châtelaine doit être confirmé par un bon d'insertion écrit, reçu à nos bureaux à la date de tombée du numéro ou avant celle-ci.

Tout espace dans Châtelaine et Châtelaine doit être confirmé par un bon d'insertion écrit, reçu à nos bureaux à la date de tombée du numéro ou avant celle-ci.

Tout espace dans Châtelaine et Châtelaine doit être confirmé par un bon d'insertion écrit, reçu à nos bureaux à la date de tombée du numéro ou avant celle-ci.

Tout espace dans Châtelaine et Châtelaine doit être confirmé par un bon d'insertion écrit, reçu à nos bureaux à la date de tombée du numéro ou avant celle-ci.

précédant la date limite du numéro auquel est rattaché le nouveau tarif. Si l'annonceur n'accepte pas le tarif révisé, il peut résilier son contrat sans subir de rajustement de tarif. Les bons d'insertion reçus dans les deux mois suivant la date limite ne sont acceptés qu'au tarif alors en vigueur.

Tout espace dans Châtelaine et Châtelaine doit être confirmé par un bon d'insertion écrit, reçu à nos bureaux à la date de tombée du numéro ou avant celle-ci.

Tout espace dans Châtelaine et Châtelaine doit être confirmé par un bon d'insertion écrit, reçu à nos bureaux à la date de tombée du numéro ou avant celle-ci.

Tout espace dans Châtelaine et Châtelaine doit être confirmé par un bon d'insertion écrit, reçu à nos bureaux à la date de tombée du numéro ou avant celle-ci.

Tout espace dans Châtelaine et Châtelaine doit être confirmé par un bon d'insertion écrit, reçu à nos bureaux à la date de tombée du numéro ou avant celle-ci.

Tout espace dans Châtelaine et Châtelaine doit être confirmé par un bon d'insertion écrit, reçu à nos bureaux à la date de tombée du numéro ou avant celle-ci.

Tout espace dans Châtelaine et Châtelaine doit être confirmé par un bon d'insertion écrit, reçu à nos bureaux à la date de tombée du numéro ou avant celle-ci.

Tout espace dans Châtelaine et Châtelaine doit être confirmé par un bon d'insertion écrit, reçu à nos bureaux à la date de tombée du numéro ou avant celle-ci.

Tout espace dans Châtelaine et Châtelaine doit être confirmé par un bon d'insertion écrit, reçu à nos bureaux à la date de tombée du numéro ou avant celle-ci.

Tout espace dans Châtelaine et Châtelaine doit être confirmé par un bon d'insertion écrit, reçu à nos bureaux à la date de tombée du numéro ou avant celle-ci.

Tout espace dans Châtelaine et Châtelaine doit être confirmé par un bon d'insertion écrit, reçu à nos bureaux à la date de tombée du numéro ou avant celle-ci.

Tout espace dans Châtelaine et Châtelaine doit être confirmé par un bon d'insertion écrit, reçu à nos bureaux à la date de tombée du numéro ou avant celle-ci.

Tout espace dans Châtelaine et Châtelaine doit être confirmé par un bon d'insertion écrit, reçu à nos bureaux à la date de tombée du numéro ou avant celle-ci.

Tout espace dans Châtelaine et Châtelaine doit être confirmé par un bon d'insertion écrit, reçu à nos bureaux à la date de tombée du numéro ou avant celle-ci.

Tout espace dans Châtelaine et Châtelaine doit être confirmé par un bon d'insertion écrit, reçu à nos bureaux à la date de tombée du numéro ou avant celle-ci.

Tout espace dans Châtelaine et Châtelaine doit être confirmé par un bon d'insertion écrit, reçu à nos bureaux à la date de tombée du numéro ou avant celle-ci.

Tout espace dans Châtelaine et Châtelaine doit être confirmé par un bon d'insertion écrit, reçu à nos bureaux à la date de tombée du numéro ou avant celle-ci.

Tout espace dans Châtelaine et Châtelaine doit être confirmé par un bon d'insertion écrit, reçu à nos bureaux à la date de tombée du numéro ou avant celle-ci.

Tout espace dans Châtelaine et Châtelaine doit être confirmé par un bon d'insertion écrit, reçu à nos bureaux à la date de tombée du numéro ou avant celle-ci.

Tout espace dans Châtelaine et Châtelaine doit être confirmé par un bon d'insertion écrit, reçu à nos bureaux à la date de tombée du numéro ou avant celle-ci.

Tout espace dans Châtelaine et Châtelaine doit être confirmé par un bon d'insertion écrit, reçu à nos bureaux à la date de tombée du numéro ou avant celle-ci.

## Tarifs publicitaires Web

[www.chatelaine.qc.ca](http://www.chatelaine.qc.ca) et  
[www.chatelaine.com](http://www.chatelaine.com)

### Idéal pour :

- S'adresser aux femmes rapidement.
- Augmenter vos ventes et votre circulation Web.
- Accroître la notoriété de votre marque
- Vous constituer une base de données.

Promotion clé en main offerte sur demande. Aussi, possibilité de bannière, superbannière, gratte-ciel, hyperliens, concours, jeux questionnaires, microsites, publiereportage, cyberbulletin.



chatelaine.com + chatelaine.qc.ca combinés =  
plus de 1 000 000 \* de visiteurs uniques par mois

(\*source : Media Metrix, oct. 2004)

Pour obtenir plus d'information ou pour nous joindre :

Montréal  
(514) 843-2119  
manon.leduc@chatelaine.rogers.com

Toronto  
(416) 764-4105  
will.shields@twg.rogers.com

Vous pouvez aussi consulter nos rubriques Annoncez chez nous et Advertise with us dans nos sites Web

## Exigences techniques

Procédé d'impression : impression offset simultanée sur papier continu  
Reliure : reliure allemande  
Dimensions de rognage : 7 7/8 po x 10 1/2 po (200 mm x 267 mm)  
Zone à fond perdu : 8 1/8 po x 10 3/4 po (206 mm x 273 mm)  
Zone de composition : 7 po x 10 po (178 mm x 254 mm)

	Format des annonces*		Format des annonces à fond perdu*	
	Largeur	Hauteur	Largeur	Hauteur
Double page	15	10	16	10 3/4
1 page	7	10	8 1/8	10 3/4
2/3 de page	4 5/8	10	5 1/4	10 3/4
1/2 page double horizontale	15	5	16	5 3/8
1/2 page horizontale	7	5	8 1/8	5 3/8
Mini-page	4 3/4	7 1/8	5 5/16	7 9/16
1/3 de page verticale	2 1/4	10	3 1/16	10 3/4

\*En pouces.

À noter : Conserver une marge extérieure de 1/4 po (6 mm) au minimum et une marge de 1/4 po (6 mm) à l'intérieur de chaque double page. L'éditeur N'EST PAS responsable pour l'alignement de texte qui traverse la marge intérieure. Nous décourageons FORTEMENT le positionnement de textes dans la marge intérieure.

### Matériel fourni :

Fichiers électroniques : PDF/X-1a ou fichier équivalent créé selon les spécifications de Rogers Media sur CD-ROM Macintosh avec épreuve standard de Magazines Canada. Veuillez visiter [www.rogersdigitalads.com](http://www.rogersdigitalads.com) ou communiquer avec la direction de la production pour plus de détails. Tous les efforts sont faits pour vérifier le fichier fourni par rapport à l'épreuve fournie. Toutefois, Rogers Media n'accepte aucune responsabilité pour le contenu du matériel, ni pour le chevauchement des couleurs qui ne respectent pas les spécifications de Magazines Canada. Des frais de production s'appliqueront au matériel qui n'est pas conforme aux spécifications ainsi qu'aux demandes de modifications. Pour tout renseignement supplémentaire, consultez le « Canadian Advertising Rates & Data » (CARD) à la page 1, où sont précisées toutes les spécifications MACS (Magazine Advertising Canadian Specifications).

### Exigences MACS

Linéature de trame : 120 à 133 lignes au pouce  
Aires foncées : 300 % maximum  
Grises : 75 % maximum  
Échantillon de couleurs : GATF 133 lignes  
Épreuves : Sur papier d'épreuves courant MACS par Provincial  
Papier et encre : Équivalent à ANSI CGATS TR 001 et tolérances selon ISO 12647-2  
Densité d'encre : ± 0,07 des densités standard d'encre de MACS  
Gain de point : Épreuves de presse - 22 % ± 4 % sur GATF à 133 lignes - Épreuves hors presse - selon les recommandations du fabricant  
Chevauchement : 0,0033  
Écart maximum de 5 % entre les couleurs

Faites parvenir votre matériel publicitaire à :  
Chatelaine/Chatelaine - Attention: Production Department  
One Mount Pleasant Road - 8th Floor  
Toronto, ON  
M4Y 2Y5

Est du Canada/Québec

1200, avenue McGill College  
Bureau 800  
Montréal (Québec) H3B 4G7  
Tél. : (514) 843-2120  
Télécopieur : (514) 843-2187

Ontario

Rogers Media,  
One Mount Pleasant  
8th floor  
Toronto, Ontario  
Tél. : (416) 764-1888  
Télécopieur : (416) 764-2891  
reception@chatelaine.com

Ouest du Canada

Karen Marshall  
3780 Heather Street  
Vancouver CB, Canada  
V5Z 3L2  
Tél. : (604) 739-9975  
Télécopieur : (604) 739-9468  
karenmarshall@telus.net

Ouest des États-Unis

Toni Mortimer  
8110 West Mercer Way  
Mercer Island, WA 98040  
Tél. : (206) 232-2877  
Télécopieur : (206) 232-2877  
courriel :  
tjmortimer@hotmail.com

Est des États-Unis

Nicola Clayton  
395 Broadway  
Suite 5A New York, N.Y.  
10013  
Tél. : (212) 625-9165  
Télécopieur : (917) 237-0968  
nclayton@rogersmis.com



Le média de choix pour  
s'adresser aux femmes  
du Canada.

**Chatelaine** chatelaine  
UNIVERSAL PUBLISHING INC. WWW.CHATELAINE.COM

## PMB 2003 READERSHIP DATA / DONNÉES SUR LE LECTORAT

PMB 2003 - 2 Year Data						PMB 2003 - Données sur 2 ans					
CANADA	Circ./ Tirage	Readership/ Lectorat 12+	RPC/ LPE	Male Homme	Female Femme	CANADA	Circ./ Tirage	Readership/ Lectorat 12+	RPC/ LPE	Male Homme	Female Femme
Unweighted Sample Population (000)		24589		11552	13037	Échantillon non-pondéré Population (000)		24589		11552	13037
50PLUS (CARPNEWS)	213	765	3.6	276	489	7 JOURS	113	1234	10.9	470	764
CANADIAN BUSINESS	90	1021	11.3	696	325	AFFAIRES PLUS	95	437	4.6	268	169
CANADIAN FAMILY	156	925	5.9	253	672	CAPITAL SANTÉ	50	294	5.9	57	237
CANADIAN GARDENING	156	2604	16.7	862	1742	CHÂTELAINE	186	1108	6.0	331	777
CANADIAN GEOGRAPHIC	247	4538	18.4	2459	2079	CLIN D'OËIL	64	861	13.5	242	619
CDN HOCKEY MAG./MAG. HOCKEY CAN	*	2018	-	1490	527	COOL!	51	420	8.2	141	279
CANADIAN HOME WORKSHOP	121	1395	11.5	880	514	COUP DE POUCE	185	1213	6.6	388	825
CANADIAN HOUSE & HOME	198	2414	12.2	678	1737	DÉCORATION CHEZ-SOI	69	733	10.6	256	477
CANADIAN LIVING	545	4573	8.4	1301	3272	DÉCORMAG	84	793	9.4	294	500
CHATELAINE	738	4419	6.0	1007	3412	DERNIÈRE HEURE	40	641	16.0	255	386
ELM STREET	573	1022	1.8	350	672	ÉCHOS-VEDETTES	65	624	9.6	206	418
ENROUTE	180	863	4.8	552	311	ELLE QUÉBEC	80	830	10.4	247	583
EYE WEEKLY	98	322	3.3	190	132	FEMME D'AUJOURD'HUI	36	485	13.5	121	364
FAMOUS	*	842	-	408	434	FEMME PLUS/FEMME	55	387	7.0	96	291
FASHION MAGAZINE	154	1755	11.4	431	1324	FILLES D'AUJOURD'HUI	63	502	8.0	144	358
FLARE	168	1776	10.6	350	1426	FLEURS, PLANTES ET JARDINS	61	732	12.0	258	474
FOOD & DRINK	515	1631	3.2	650	982	ICI	90	172	1.9	125	46
GARDENING LIFE	96	1663	17.3	495	1168	L'ACTUALITÉ	190	1034	5.4	499	535
GLOBE TELEVISION	*	306	-	141	165	LE BEL ÂGE	148	823	5.6	277	545
GOLF CANADA	149	1860	12.5	1355	505	LE LUNDI	53	785	14.8	272	513
GOOD TIMES	151	601	4.0	197	405	LE MAGAZINE ENFANTS QUÉBEC	61	296	4.8	67	229
HARROWSMITH COUNTRY LIFE	133	1264	9.5	448	816	LES AFFAIRES	92	393	4.3	263	130
HOMEMAKER'S	506	1980	3.9	402	1578	LES IDÉES DE MA MAISON	58	871	15.0	302	569
IE: MONEY	154	360	2.3	242	118	MADAME	109	452	4.1	85	367
LEISUREWAYS/JOURNEY/GOING PLAC	1371	1361	1.0	669	692	MAGAZINE LES AILES	94	814	8.7	271	543
MACLEAN'S	485	3075	6.3	1577	1498	MAGAZINE PME	39	214	5.5	151	64
METROTODAY/METRO TORONTO	169	382	2.3	216	167	PRIMEURS	385	648	1.7	328	320
MIRROR	67	227	3.4	145	82	QUÉBEC SCIENCE	23	360	15.6	224	136
MONEYSSENSE	109	746	6.8	484	262	RÉNOVATION BRICOLAGE	37	699	18.9	382	317
NATIONAL POST BUSINESS	*	1443	-	1024	419	REVUE COMMERCE	44	156	3.5	100	57
NOW	106	338	3.2	213	125	SÉLECTION DU READER'S DIGEST	247	1202	4.9	569	633
ONTARIO GOLF NEWS/ONTARIO GOLF	*	244	-	184	60	SENTIER CHASSE-PÊCHE	49	612	12.5	470	142
ONTARIO OUT OF DOORS	88	724	8.2	521	203	STAR INC.	40	497	12.4	196	301
OUTDOOR CANADA	87	1886	21.7	1246	641	TÉLÉ PLUS / VOILA!	564	495	0.9	236	259
PROFESSIONALLY SPEAKING	172	212	1.2	105	107	TOURING (Fr. & Eng.)	524	847	1.6	477	370
PROFIT	102	356	3.5	230	126	TV 7 JOURS/TV HEBDO	298	1335	4.5	560	775
READER'S DIGEST	1137	7777	6.8	3571	4207	VOIR	154	493	3.2	303	190
REPORT ON BUSINESS MAGAZINE	309	752	2.4	576	176						
STARWEEK	676	1517	2.2	755	762						
STYLE AT HOME	203	1620	8.0	396	1224						
TIME	299	2867	9.6	1591	1276						
TODAY'S PARENT	175	2065	11.8	578	1487						
TORONTO LIFE	97	932	9.6	533	399						
TORONTO SUN (M-F)	220	1183	5.4	838	345						
TORONTO SUN (SAT)	170	725	4.3	432	294						
TORONTO SUN (SUN)	370	1241	3.4	751	490						
TRIBUTE	500	1657	3.3	949	708						
TV GUIDE	520	3611	6.9	1801	1810						
TV TIMES	1917	3085	1.6	1557	1527						
TV WEEK MAGAZINE	67	293	4.4	126	167						
VANCOUVER MAGAZINE	56	298	5.3	144	154						
WESTERN LIVING	210	784	3.7	332	452						
WESTWORLD	997	1326	1.3	667	659						

PMB 2003 New Publications - 1 Year Data Nouvelles Publications - Données sur 1 an	
CANADA	Readership/ Lectorat 12+
Unweighted Sample/Échantillon non-pondéré	12587
Population (000)	26700
PEOPLE	3242
TEEN TRIBUTE	1404

\*Circulation data in accordance with PMB requirements were not received. No readers-per-copy data are shown.

Les données sur le tirage des publications selon les règlements du PMB n'ont pas été reçues. On n'indique pas le nombre de lecteurs par exemplaire.  
Numbers in 000 except for RPC/Chiffres en 000 sauf pour LPE.

March 31, 2003